

# Ausstellungen als Instrument der Wissensvermittlung

## Exhibitions as a tool for transmitting knowledge

Workshop am 26. und 27. April 2002  
Helmholtz-Zentrum Berlin für Kulturtechnik, Humboldt-Universität zu Berlin  
Gefördert mit Mitteln der Volkswagen-Stiftung

Jennifer Apel

### Wissensvermittlung und ihre Interpretierbarkeit

Wir definieren die gesellschaftliche Entwicklung des 21. Jahrhunderts als die Entwicklung zu einer Wissensgesellschaft. Dies bedeutet für die Befürworter dieser Entwicklung einen uneingeschränkten Zugang zu Wissen für alle. Damit soll eine Aufklärung und ein Verständnis der Öffentlichkeit für wissenschaftliche Erkenntnisse und Prozesse erreicht werden. Dies ist auch die Intention vieler Ausstellungsprojekte der jüngsten Vergangenheit gewesen. Der Anspruch, das allgemeine Bildungsniveau und das Verständnis wissenschaftlicher Erkenntnisse und Prozesse zu erweitern und eine Auseinandersetzung und Meinungsbildung zu diesen Themen zu ermöglichen, wird nicht zuletzt durch Forderungen, wie die des Herausgebers der FAZ, Frank Schirrmacher, eine Informationspflicht des Feuilletons an seine Leser über den Stand der wissenschaftlichen Expertise, Methodik und deren möglichen Folgen zu etablieren, formuliert. Es soll damit über den Anspruch der Aufklärung hinausgehend eine öffentliche Debatte zwischen Wissenschaft und Gesellschaft initiiert werden.

Nur welches Wissen soll und kann in Ausstellungen vermittelt werden? Einerseits lässt der zivilisatorische Fortschritt Wissen immer rascher veralten (Lübbe<sup>1</sup>) und andererseits erlaubt die zunehmende Spezialisierung in den Teilgebieten der Wissenschaften selbst Fachwissenschaftlern kaum noch eine inhaltliche Diskussion innerhalb ihrer eigenen Disziplin (Simon<sup>2</sup>). Die inzwischen nicht mehr ganz tauforsche und viel zitierte Forderung nach einem *Public Understanding of Science and the Humanities* ist unter diesem Aspekt kritisch zu sehen. Es stellt sich die Frage, ob der Anspruch an gesellschaftliche Aufklärung und Popularisierung der Wissenschaften auch wirklich zu einem Eintritt in einen allgemeinen und kontroversen Diskurs über wissenschaftliche Praxis und deren Erkenntnisse führen kann. Ausstellungen können einen Teil dieser Aufklärungsarbeit übernehmen, sie sind jedoch immer ein *snapshot in time*, sie sind zu jeder Zeit in Inhalt sowie Form ein Spiegel der gegenwärtigen gesellschaftlichen Entwicklung. Auch wenn es die Intention von Ausstellungen ist,

---

<sup>1</sup> Lübbe, Hermann: Zwischen Herkunft und Zukunft Bildung in einer dynamischen Zivilisation, Wien, 1998. S. 36

<sup>2</sup> Simon, Dieter; Präsident der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften in einem Artikel zum Thema „Demokratisiert die Wissenschaft!“, DIE ZEIT, 14.09.2000, S. 41

ihrem Publikum immer voraus zu sein und ihnen Neues zu präsentieren, so überholen sich doch gerade die dynamischen wissenschaftlichen Themen selbst.

Man kann für den Ausstellungsbesuch ein ganz klassisches Kommunikationsmodell anwenden, in dem die Ausstellungsmacher die Sender, das Medium Ausstellung die Botschaft transportiert und die Besucher die Empfänger sind. Und hier beginnt die Interpretation. Denn die Botschaft, die vermittelt werden soll, besteht aus evaluierten, interpretierten und gestalteten Inhalten und erreicht einen bereits informierten und mehr oder weniger aufnahmebereiten Rezipienten. Daher kann die Methodik von Themenausstellungen, Raum und Exponat zu inszenieren, um einen (neuen) Zusammenhang herzustellen, nie frei von den gewählten Mitteln gesehen werden. Und aus der Geschichte von Bildungsinstitutionen wissen wir, dass ihre Inhalte und Ziele stets eng mit gesellschaftlichen und politischen Interessen und Entwicklungen verknüpft waren.

Das Medium Ausstellung hat primär die Aufgabe und das Selbstverständnis Wissensvermittler zu sein und erst in zweiter Linie dient sie der Unterhaltung ihrer Besucher. Ausstellungen sind kein singuläres Medium für ein bestimmtes Thema, sie fügen sich ein in den Kanon der von *den Massen rezipierten Medien* (Bicknell<sup>3</sup>). Ausstellungen sind kein singuläres Medium für ein bestimmtes Thema, sie fügen sich ein in den Kanon der von *den Massen rezipierten Medien*. Die in Ausstellungen vermittelten Inhalte werden somit auf allen Ebenen des Informationstransfers begleitet, erweitert und ggf. sogar kritisch geprüft. Die Wissensvermittlung beginnt also nicht mit dem Ausstellungsbesuch und hört auch nicht mit ihm auf.

Vermehrt kommt heute gegenüber der lange gültigen Definition des Ausstellungsbesuchs als Bildungsexkurs eine Interpretation des Ausstellungsbesuchs als gesellschaftliches Ereignis, als Raum für sozialen Austausch und Kontemplation, jedoch nicht mehr als Akt eines Bildungsexkurses auf. Geschürt von einem Inszenierungswahn (Beier<sup>4</sup>) und der von Gottfried Korff als Popularisierungsdilemma titulierte Gratwanderung zwischen einem Übermaß an Anschauung und Entertainment gegenüber dem zu vermittelnden Wissen, wirft man den Ausstellungen der jüngsten Vergangenheit wie den Sieben Hügeln dem Themenpark der EXPO 2000 vor, die im Konzept verankerten Inhalte zu vernachlässigen: populär zu sein aber nicht nachhaltig ihrer Aufgabe als Wissensvermittler gerecht zu werden. Dem gegenüber steht jedoch ein wahrer Publikumserfolg gerade der aufwendig inszenierten Ausstellungen. Ausstellungsorte sind unaufhaltsam Plätze der Unterhaltung geworden und fungieren nicht mehr ausschließlich als Orte des Wissens, ein gutes Beispiel dafür ist *die lange Nacht der Museen*, die Jahr um Jahr tausende Besucher zu einem Happening, einer quantitativen Promotionsveranstaltung ohne inhaltlichen Vermittlungsanspruch in die Museen lockt.

---

<sup>3</sup> Bicknell, Sandra: Here to help: Evaluation and Effectiveness in Hooper-Greenhill, Eilean (ed.): Museum, Media, Message, London, 1995. S. 282

<sup>4</sup> Beier, Rosmarie: Inszenierung von Zukunft Vision und mediale Strategien der EXPO 2000 in Historische Anthropologie Heft 1, Köln, Weimar, Wien, 2001

Auf der anderen Seite kommt hinzu, dass der Wunsch, Wissen vermittelt zu bekommen, bei den Besuchern generell nicht mehr an erster Stelle steht. Eine Besucherbefragung des Science Museums in London aus dem Jahr 1989<sup>5</sup> hat zum Beispiel ergeben, dass als Motiv für den Museumsbesuch erst an vierter Stelle (17% der Befragten) das Interesse an Wissenschaft aufgeführt wird, das meist genannte Motiv ist ein Familienausflug (20 %), gefolgt von Unterhaltung (20%) und an dritter Stelle steht die Reputation des Museums (18%).

## Besucherforschung

Die Frage nach der geleisteten Wissensvermittlung durch Ausstellungen ist nicht einfach zu beantworten, ebenso wie sich der Erfolg von Ausstellung schwer analysieren und darstellen lässt. Deshalb soll ein zentrales Element dieses Arbeitsgesprächs auch die Frage nach den Methoden zur Bewertung und Auswertung des in Ausstellungen initiierten Wissenstransfers und deren Verlässlichkeit sein. Wie kann man den Erfolg einer Ausstellung definieren? Können Besucherzahlen ein oder die Aufenthaltsdauer in der Ausstellung ein Indiz für den geleisteten Wissenstransfer sein? Und wie lässt sich erfolgreiche Wissensvermittlung messen und findet überhaupt eine Reproduktion von Wissen statt? Gibt es Methoden die in Ausstellungen vermittelten Inhalte rückwirkend zu überprüfen?

Auf der Suche nach den geeigneten Methoden, um diese Fragen beantworten zu können, stoßen wir auf das weite Feld der Besucherforschung. Die bekannten Methoden dieser sog. Besucherorientierung wie zum Beispiel die Befragung oder Beobachtung der Besucher, sind in der Lage signifikante Aussagen über Profile, Erwartungen, Erfahrungen oder das Verhalten der Ausstellungsbesucher zu geben. Sie sind in der Ausstellungspraxis der vergangenen Jahre/Jahrzehnte insbesondere für die Langzeit - Institutionen wie Museen ein hilfreiches und effizientes Instrument zur Optimierung ihres Angebotes an die Besucher geworden. Die Besucherevaluation findet hier ihre Anwendung als **Fehler! Textmarke nicht definiert.** – tool, für das in den großen Museen eigens Abteilungen, die sich nur mit dem Thema Besucherforschung auseinandersetzen, implementiert wurden. Die Ergebnisse dieser Arbeit fließen direkt wieder in die Museumskonzeption und Ausstellungspraxis ein, man fragt die Besucher, was sie wollen und liefert es Ihnen.

Die im allgemeinen angewendeten Methoden der Besucherbefragung arbeiten nicht zwangsläufig mit qualitativen, sondern in der Regel mit quantitativen Maßstäben, die wiederum nichts über den Erfolg einer Ausstellung aussagen (Serrell, 1993). Denn lässt die Dauer eines Ausstellungsbesuchs auch auf die Intensität der inhaltlichen Auseinandersetzung schließen? In den Raum zu stellen wäre, neben den quantitativen Methoden, wie statistischen Erhebungen und Befragungen, die qualitative und Disziplin übergreifende Analyse von

---

<sup>5</sup> McManus, Paulette: Visitors: Their Expectations and Social Behaviour in Durbin, Gail (ed.): Developing Museum Exhibitions for Lifelong Learning, Norwich, 1996. S.59

Ausstellungen als Zeichensysteme, in der zum einen eine Betrachtung des Verhältnisses von Inhalt und Form, zum anderen die Rezeptionsanalyse nur im Kontext aktuellen kulturellen Wissens.

In den von uns diskutierten Themen- und Wissenschaftsausstellungen wird von den Besuchern zudem eine besondere Transferleistung verlangt, weil die eigentlichen Ausstellungsgegenstände oder der Kontext eines gezeigten Objekts nicht sichtbar sind, ihre Bedeutung daher abstrahiert bzw. aus einem gestalterischen Kontext heraus erkannt werden und in einen inhaltlichen Zusammenhang übersetzt werden muss. Der Prozess der qualitativen Evaluierung des Besuchererlebnisses verlangt jedoch eine genaue Definition der zu vermittelnden Inhalte, damit der Erfolg ihres Transfers gemessen werden kann. Je abstrakter die Nachricht, desto weniger messbar wird ihr Empfang. Dieser Umstand trifft im Weiteren auf einen (vorab) informierten Besucher, auf eine Erwartungshaltung gegenüber seinem Ausstellungsbesuch und seinen kulturellen Hintergrund, sein Vorwissen, was weitere Variablen in die Berechnung einfügt (MacDonald<sup>6</sup>)

Die Positionierung von Ausstellungsinhalten kann nicht isoliert von allen anderen Medien und Wissensvermittlern bewertet werden und sollte auch im Kontext der Besucherforschung in diesem Kontext evaluiert werden. Die Frage nach dem vermittelten Wissen im Kontext von Ausstellungen ist jedoch nicht einfach zu beantworten, ebenso wie sich der Erfolg von Ausstellung schwer analysieren und darstellen lässt. Die bekannten Methoden der sog. Besucherorientierung können zwar Aufschluss über Profile, Erwartungen, Erfahrungen oder das Verhalten der Ausstellungsbesucher geben, nicht aber den Erfolg des von ihnen generierten Wissens messen. Es bleibt also die größte Herausforderung für die Ausstellungspraxis bei den Besuchern Fragen zu provozieren und ihre Neugier nach Wissen zu wecken.

---

<sup>6</sup> MacDonald, Sharon: The Influence of Visitor's Preconceptions on their Experience of Exhibitions in Durbin, Gail (ed.): Developing Museum Exhibitions for Lifelong Learning, Norwich, 1996. S.63