universität wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Inszenierung des musealen Raumes
- dargestellt am Haus der Musik“

Verfasserin

Walentina Schulz

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 317
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Theater-, Film- und Medienwissenschaften
Betreuerin:	Ao. Univ.-Prof. Dr. Monika Meister

Danksagung

Vielen Dank an Frau Prof. Dr. Meister für die Betreuung dieser Arbeit.
Ein herzliches Danke an das Haus der Musik und meine äußerst hilfreichen Kollegen.
Ein besonders riesiges Dankeschön an Bibi und meine wunderbare Familie, die mich in guten Zeiten gefeiert und in schlechten Zeiten gepusht haben und somit einen großen Teil zur Fertigstellung dieser Arbeit beigetragen haben.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....4

2. Das Museum..... 7

2.1.1 Tempel der Antike.....8

2.1.2 Kirchliche Schatzkammern des Mittelalters 9

2.1.3 Kunst- und Wunderkammern der Frühen Neuzeit.....10

2.1.4 Französische Revolution und das Museum für ALLE.....11

2.1.5 Museumsboom in der Moderne.....13

2.1.6 Museum als Machtinstrument.....14

2.1.7 Museum heute und Problemstellungen.....15

3. Die Inszenierung 18

3.1 Inszenierung im Alltag..... 19

4. Inszenierung und Museum.....21

5. Inszenierung des musealen Raumes..... 22

5.1 Inszenierungstypen: Rekonstruktive und abstrahierende Raumbilder nach Brigitte Kaiser..... 23

5.2 Dramatik, Epik, Lyrik: Narrative Gestaltung nach Alexander Klein.....25

5.3 Inszenierungsinstrumente.....27

5.3.1 Mit Gebäuden begeistern.....28

5.3.2 Mit Räumen führen.....31

5.3.3 Mit Exponaten sprechen..... 34

5.3.4 Mit Licht zeigen 37

5.3.5 Mit Farben emotionalisieren.....42

5.3.6 Mit Texten erklären.....45

5.3.6.1 Verständlichkeit.....48

5.3.6.2 Optische Gestaltung..... 50

5.3.6.3 Optimale Positionierung 52

5.3.7 Mit Navigations- und Orientierungshilfen leiten....53
5.3.8 Mit Medien evozieren....55
5.4 Inszenierung des musealen Raumes: Bildung versus Manipulierung?....58

6. Haus der Musik. Das Klangmuseum....62
6.1 Geschichte des Hauses der Musik....63
6.2 Rahmenprogramm als Strategie zur Besucherbindung....63
6.2.1 Sonderausstellungen....64
6.2.2 Künstlergespräche....64
6.2.3 Kinderprogramm....65
6.2.4 Live on Stage....65
6.2.5 HDM Spring Break-Festival....66
6.3 Zukunftspläne des Hauses der Musik....66
6.4 Inszenierung des Hauses der Musik nach außen....67

7. Inszenierung im Haus der Musik....69
7.1 Das Gebäude: ein musikalisches Palais....69
7.2 Aufbau des Klangmuseums....71
7.3 Rekonstruktive und abstrahierende Raumbilder im Haus der Musik....74
7.4 Gebrauch von Inszenierungsinstrumenten im Haus der Musik....76
7.4.1 Sonosphere: abstrahierendes Raumbild in einer dramatischen Erzählung....76
7.4.1.1 Raum....77
7.4.1.2 Objekt....78
7.4.1.3 Licht und Farbe....85
7.4.1.4 Texte....88
7.4.1.5 Navigation- und Orientierungshilfen....90
7.4.1.6 Medien....91
7.4.2 Die grossen Meister: rekonstruktives Raumbild in einer epischen Erzählung....92
7.4.2.1 Raum....93
7.4.2.2 Objekt....94
7.4.2.3 Licht und Farbe....102

7.4.2.4 Text.....105
7.4.2.5 Navigation.....106
7.4.2.6 Medien..... 107
7.5 Schwachstellen der Inszenierung und Verbesserungsvorschläge.....108

8. Schlusswort..... 110

Literaturverzeichnis 111
Abbildungsverzeichnis..... 118

Anhang..... 120
Interview mit Helmut Lenhardt, Marketingleitung im Haus der Musik 120
Zusammenfassung..... 122
Lebenslauf..... 123

1. Einleitung

Die heutige Gesellschaft wird aufgrund ihres scheinbar unersättlichen Bedürfnisses nach Unterhaltung als Erlebnisgesellschaft definiert. Nahezu jeder Bereich unseres Lebens wird dabei von Angeboten, die ein neues, abwechslungsreiches Erleben bieten, geprägt.
Kulturelle Einrichtungen gehen heute mehr denn je auf die Forderungen ihrer Zielgruppen ein und stellen dabei das Erlebnis immer mehr in den Vordergrund ihrer Arbeit.
Innerhalb musealer Einrichtungen hat sich in diesem Zusammenhang die Inszenierung als allgemein bekannte Größe, deren Wirkung jedoch weit über das kurzweilige Erlebnis hinausgehen soll, etabliert.
Doch wie genau funktioniert das Phänomen Inszenierung innerhalb des musealen Raumes? Und welcher Inszenierungsmittel bedarf es, damit ein Besucher sich auf die inszenierte Ausstellung einlässt und dabei nicht nur ein unterhaltsames, sondern auch ein lehrreiches Erlebnis erfahren kann?

Das Ziel dieser Arbeit ist es, nicht nur Antworten auf diese Fragen zu geben, sondern auch anhand eines konkreten Beispieles eine unmittelbare Anwendung der hier eruierten Ergebnisse zu veranschaulichen.
Nach der Erarbeitung eines theoretischen Gerüsts wird hierfür eine genaue Analyse der inszenatorischen Elemente innerhalb des Wiener Hauses der Musik durchgeführt.

Die Arbeit lässt sich dabei in drei große Teile gliedern:
In den einleitenden Kapiteln 2 und 3 werden zunächst die beiden Begriffe Museum und Inszenierung definiert und die Entwicklung dieser in einem historischen Kontext erläutert.
Das daran anschließende, vierte Kapitel fungiert als Schnittstelle dieser beiden Begriffe und leitet damit unmittelbar auf den zweiten großen Teil dieser Arbeit über.

Der zweite Teil besteht dabei ausschließlich aus dem Kapitel 5 und beschäftigt

sich ausführlich mit der „Inszenierung des musealen Raumes“.
Dazu werden nicht nur verschiedenartige Inszenierungstypen sowie die Möglichkeiten einer narrativen Gestaltung innerhalb des Museums vorgestellt, sondern auch ein Grundgerüst an inszenatorischen Instrumenten, die für die Gestaltung einer Ausstellung von Relevanz sind, ermittelt.

Die hier eruierten Ergebnisse werden schließlich im dritten Teil der Arbeit, welcher sich über die Kapitel 6 und 7 erstreckt, auf das Wiener Haus der Musik angewandt und in ihrer Wirkung unmittelbar analysiert sowie beurteilt.

Die Recherche für diese Arbeit erwies sich als äußerst umfangreich und begann zunächst mit der Konzertration auf Literatur, die die beiden Begriffe „Inszenierung“ und „Museum“ in ihrer jeweiligen historischen Entwicklung betrachtet. Besonders aufschlussreich waren dabei Texte der Museumswissenschaftlerin Hildegard K. Vieregg sowie des Sozialhistorikers und Ausstellungsmachers Alexander Klein.

Alexander Kleins Auseinandersetzung mit verschiedenen Gestaltungsarten von Ausstellungen erschien mir außerdem im Vergleich zu anderen Quellen am treffendsten und wird deshalb -ebenso wie die von Brigitte Kaiser ausgearbeiteten Inszenierungstypen- in einem eigenen Kapitel dieser Arbeit beleuchtet.

Insgesamt lässt sich sagen, dass zwar viele Autoren das Thema „Inszenierung im Museum“ anreißen, ausführliche „Standardwerke“ jedoch eher eine Rarität zu sein scheinen.
Besonders deutlich wurde dies bei der Ausarbeitung der in Kapitel 5 angeführten Inszenierungsinstrumente.
Während beispielsweise der Psychologe und Marketingexperte Christian Mikunda die Wirkung der Raumarchitektur als oberstes Inszenierungsinstrument des Museums betont, heben andere Autoren eher die Positionierung der Exponate oder etwa des Textes hervor.

Auffällig wenig wurde sich in der Literatur mit Licht und Farben innerhalb des

musealen Raumes auseinandergesetzt. Zwar betonen die meisten Museologen und Ausstellungsmacher die Relevanz dieser Themen für die Gesamtinszenierung einer Ausstellung, ausführliche Details zu ihrer Anwendung werden jedoch weitgehend ausgespart.
Aus diesem Grunde musste ich meine Recherche im weiteren Verlauf auf andere Expertenkreise, wie zum Beispiel in den Bereich Psychologie und Architektur, ausdehnen. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse führten schließlich erst dazu, dass ein Grundgerüst an inszenatorischen Instrumenten erarbeitet werden konnte.

Neben einer ausführlichen Literaturrecherche, einem kurzen Interview mit dem Marketingleiter des Hauses der Musik sowie der Verwendung interner Dokumente dieses Museums fügt sich die Arbeit methodisch besonders aus den Beobachtungen, die ich im Rahmen meiner Analyse im Haus der Musik machen konnte, zusammen.
Die Entscheidung, gerade das Haus der Musik zur analytischen Untersuchung heranzuziehen, ist dabei einerseits auf meine persönlichen „Erlebnisse“ mit der Ausstellung des Museums zurückzuführen. Andererseits wurde ich aufgrund meiner beruflichen Tätigkeit im Haus der Musik täglich auch mit verschiedenartigen Eindrücken anderer Besucher konfrontiert und möchte diesen hiermit ebenfalls nachgehen.
Um eine neutrale Erarbeitung dieser Arbeit möglich zu machen, möchte ich mich dabei von meiner Rolle als Mitarbeiterin des Museums gänzlich distanzieren und lediglich aus der Sicht einer Besucherin agieren.

Zur besseren Lesbarkeit verzichte ich in dieser Arbeit auf Doppelnennungen von weiblichen und männlichen Formen. Ungeachtet der Tatsache, dass hier ausschließlich die männliche Form verwendet wird, beziehe ich mich demnach selbstverständlich gleichermaßen auf beide Geschlechter.

2. Das Museum

Der Begriff „Museum“ steht im Lateinischen für den „Ort für gelehrte Beschäftigung“ und soll ursprünglich vom griechischen „mouseĩon“, dem sogenannten „Musensitz“ abgeleitet worden sein.[1]

Das Museum wie wir es heute kennen, ist jedoch trotz seiner weit zurückgehenden Namensherkunft eine relativ junge Institution, die sich innerhalb der letzten 200 Jahre einer vielfachen Umstrukturierung beugen musste.
So werden neben den Aufgaben auch die Richtlinien für ein Museum kontinuierlich umformuliert, geändert oder angepasst. Das in Zusammenarbeit mit der UNESCO ins Leben gerufene International Council of Museums (kurz ICOM) veränderte beispielsweise seit seiner Gründung im Jahre 1946 die ursprüngliche Definition des Museums insgesamt sieben Mal. Die aktuelle und oftmals als allgemeingültig verwendete Definition des ICOM bezeichnet das Museum heute als eine

> „[…] gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“[2]

Die Gründe für die ständige Wandlung der musealen Aufgaben lassen sich durch die stetige Wandlung der Gesellschaft, in deren Dienste das Museum steht, erklären.
Es ist eine Institution, die sich die Geschichte der Menschheit zu Nutze macht, sich mit dieser entwickelt und gegen den Zerfall dieser arbeitet. Mit Florian Rötzers Worten vereinfacht gesagt, ist es „[…] der Ort einer Versammlung der Dinge, die in der Zeit überdauert haben oder vor ihr geschützt werden sollen.“[3]

1 Vgl. Brockhaus Enzyklopädie (Hg.), *Museum*, Leipzig/Mannheim: F.A. Brockhaus 2006.
2 ICOM – Internationaler Museumsrat (Hg.), *Ethische Richtlinien für Museen von ICOM*, http://www.icom-oesterreich.at/shop/shop.php?detail=1240815583 2010, 15.08.2011.
3 Rötzer, Florian, „Schonung und Archivierung der Dinge“, *nub. Das Buch zur Museumswelt und darüber hinaus*, Hg. Joachim Bauer, Wolfsberg: Leykam 1991, S. 19 – 33, S. 26.

2.1 Geschichte des Museums

Das Museum wie wir es heute kennen, geht auf einen über zwei Jahrtausende alten Prozess zurück. Aus der ureigenen menschlichen Affinität zum Sammeln und Präsentieren hat sich dabei eine ganze Institution mit der Aufgabe die Menschheit zu informieren, zu bilden und zuletzt auch zu unterhalten, herauskristallisiert.

2.1.1 Tempel der Antike

Die ersten Formen des Sammelns von Gegenständen, die dem Zweck der Präsentation gedient haben, wurden bereits im Antiken Griechenland verzeichnet. Die Sammlungen der alten Griechen waren dabei meist Opfergaben, die zunächst in Tempeln untergebracht waren und unter dem Schutz der Musen standen. Das Ausstellen von Weihgeschenken, wie Bildnissen, Schmuck, Waffen etc., war dabei bewusst an ein Publikum gerichtet, welches sich an einem geheiligten Ort den Göttern näher fühlen sollte.

Neben dem sakralen betrieben die alten Griechen aber auch ein wissenschaftliches Sammeln, mithilfe dessen sie die Welt analysieren und verstehbar machen wollten.[4] Die aufbewahrten und ausgestellten Objekte, die von nun an im „Museion“ verwahrt wurden, galten ihnen als Beweisstücke für die Richtigkeit der eigenen Hypothesen.[5] Das „Museion“ diente dabei als Treffpunkt der Gelehrten, welcher mit einer Bibliothek ausgestattet, eine schulähnliche Institution verkörperte.
Als berühmtestes „Museion“ gilt das große Forschungsinstitut im hellenistischen Alexandria, welches in seiner Bibliothek bedeutende Schätze seiner Zeit aufbewahrte, die von einem interessierten Publikum angeschaut und sogar untersucht werden konnten.[6]

4 Vgl. Klein, Alexander, *Expositum. Zum Verhältnis von Ausstellung und Wirklichkeit*, Bielefeld: transcript 2004, S. 128.
5 Vgl. Ibid.
6 Vgl. Ibid.

Im Römischen Reich entwickelte sich das Ausstellungs- und Sammelwesen weiter. Die fortan säkularisierten Sammlungen befanden sich immer mehr in privater Hand, wo sie zum Statussymbol ihrer Besitzer avancierten.
Neben den privaten Sammlungen entstand im alten Rom aber auch ein professioneller Kunstmarkt, welcher meist die Kriegsbeute und somit auch die Errungenschaften und die Macht der römischen Kriegsherren zur Schau stellte.[7]

Indem sie das Sammeln und Präsentieren förderten und gleichzeitig die Zugänglichkeit für Besucher sowie die Vermittlung bildungsrelevanter Themen gewährleisteten, konnten die Schatzhäuser und Sammlungsstätten der Antike bereits einige grobe Parallelen zu den heutigen musealen Funktionen aufweisen.[8]

2.1.2 Kirchliche Schatzkammern des Mittelalters

Im Mittelalter konzentrierte sich das Sammeln und Ausstellen auf Reliquien. Die christliche Kirche, so Elisabeth Schweeger, tat sich „[…] als Mäzenin hervor, verlangte aber als Gegenleistung die Ausführung religiöser Sujets.“[9]
Die kirchlichen Schatzkammern waren somit voll von Sakral- und Zeremonialgegenständen, die im Zusammenhang mit dem Heiligenkult eine spezielle Schutzfunktion innehatten.[10]

Jeder Machtinhaber wollte eine prunkvolle Ausstattung in seiner Kapelle haben, um auf diesem Wege den Segen Gottes für sich und sein Land zu erlangen. Dabei erhielten Reliquien einen gewissen Prestige-Wert, der sich bald in einem regen Handel äußerte.

Neben Reliquien wurden in den Kirchen aber auch andere wertvolle Objekte

7 Vgl. Ibid, S. 128f.
8 Vgl. Vieregg, Hildegard K., *Geschichte des Museums. Eine Einführung*, München: Wilhelm Fink 2008, S. 19.
9 Schweeger, Elisabeth, „Verkommene Ufer – Kunstmaterial. Von notwendigen Anachronismen wider die globale Infantilisierung“, *Das diskursive Museum,* Hg. Peter Noever, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz 2001, S. 32 – 41, S. 32.
10 Vgl. Vieregg, *Geschichte des Museums*, S. 21.

ausgestellt. So fanden hier die bei den Kreuzzügen erbeuteten fremden Schätze, wie Wandbehänge, Kelche und andere profane Gegenstände, ebenfalls ihren Platz.[11] Zu dieser Zeit tauchten auch erste Inventarlisten auf, die man heute als museale Ansätze hinsichtlich der Dokumentation ansehen könnte.

Im späten Mittelalter verlagerten sich die Ausstellungen schließlich immer mehr auch in den privaten Raum des Adels. So wurden zu besonderen Anlässen auch naturhistorische Raritäten und besonders prachtvolle Schmuckstücke den Besuchern präsentiert. Den eigenen Prunk und Wohlstand zeigte der Adel aber auch gern beim luxuriösen Festessen, welches reich an Überfluss nicht zum Essen einlud, sondern Erstaunen hervorrufen sollte.[12]

Der sakrale Ausstellungsgedanke verschwand infolgedessen zunehmend.

2.1.3 Kunst- und Wunderkammern der Frühen Neuzeit

Im Übergang vom Spätmittelalter zur Frühen Neuzeit beschäftigte man sich vermehrt mit der Welt und ihren Zeugnissen. So wurden durch die Seefahrer neue Gebiete der Erde entdeckt, die neben neuen Kulturen auch bisher unbekannte Pflanzen- und Tierarten hervorbrachten. Daneben stieg das Interesse für die physische Natur des Menschen. Die Anatomie wurde nun zum festen Bestandteil vieler Bildungsinstitutionen.

Die neue Offenheit gegenüber Unbekanntem führte zur Gründung der Kunst- und Wunderkammern, die zunächst nur in großen Fürstenhäusern, später aber auch im akademischen Umfeld zu finden waren.
Laboratorien und Werkstätten waren dabei oft direkt mit den Kunst- und Wunderkammern verbunden, was wiederum die zu jener Zeit noch vorherrschende enge und wichtige Beziehung zwischen dem Ausstellen und der Forschung verdeutlicht.[13]

11 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 129.
12 Vgl. Ibid, S. 130.
13 Vgl. Ibid., S. 132.

So wurden beispielsweise viele Altertümer gesammelt, die auf unterschiedliche Ethnien schließen ließen und in der Auffassung der damaligen Zeit zu „nützlichem Wissen“ verarbeitet werden konnten.[14]

Charakteristisch für die Gattung der Kunst- und Wunderkammern waren außerdem die fließenden Übergänge zwischen den ausgestellten Objekten aus der Natur, Mechanik und der Kunst.[15] Bei der Gestaltung und Anordnung der Objekte im Raum galt dabei die Ähnlichkeit der ausgestellten Dinge zueinander als wichtigstes Kriterium. So legte man verschiedene Gegenstände nebeneinander, weil sich diese beispielsweise im Stoff, in der Farbe oder auch in ihrer Verwendungsfunktion glichen.

Die Kunst- und Wunderkammern hatten vorrangig die Aufgabe mit ihrer Präsentationsweise Staunen zu erregen und die soziale Stellung des Sammlers zu betonen. Denn nach wie vor waren die Sammlungen nur einer ausgewählten Minderheit zugänglich.

Mit der Zeit der Aufklärung wurden schließlich die Kunst- und Wunderkammern allmählich vom modernen Museum verdrängt. Alexander Klein bemerkt dazu:

> „Die bislang als zusammengehörig gedachten Bereiche der natürlichen Gegenstände, antiken Skulpturen, Maschinen und Kunstwerke wurden nun so getrennt, wie es der Auffächerung des Gelehrtenwissens in Naturwissenschaften, Geschichte, Technik und Kunst entsprach. Damit wurde den Kunst- und Wunderkammern ihre theoretische Grundlage entzogen und sie lösten sich auf.“[16]

2.1.4 Französische Revolution und das Museum für ALLE

Die Französische Revolution war, wie Birgut Lurz treffend ausdrückt, die „Wurzel der Institution Museum“.[17] Mit der Eröffnung des Louvre im Jahre 1793 als erstes

14 Vgl. Vieregg, S. 31.
15 Vgl. Klein, S. 132.
16 Ibid, S. 135.
17 Lurz, Birgit/Olivia Harrer, „Das diskursive Museum. Das Museum als Ort der Vermittlung“, Dipl. Arb., Universität Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften 2005, S. 13.

öffentliches Museum, begann eine neue Ära des Ausstellungswesens. Die Meinung, dass nur öffentlich zugängliche Museen „zum Gegenstand wahrhaften Studiums werden, und jedes Resultat, was daraus entspringt, [...]ein Gewinn für das gemeinsame Wohl der Menschheit“[18] sei, breitete sich bald in ganz Europa aus.

Nun wurden die Ausstellungsstücke systematisch klassifiziert und je nach Kategorie in verschiedenen Ausstellungsräumen untergebracht. Dabei waren es wissenschaftliche Ordnungsvorstellungen, die die Auswahl des Aufzuhebenden und des zu Zeigenden definierten.[19]

Während die Ausstellungen vor der Französischen Revolution noch als Statussymbol den Reichtum eines Herrschers unterstrichen, rückte mit der Eröffnung des Museums für alle Völkerschichten nun die Geschichte der Menschheit und die des eigenen Landes in den Vordergrund. Somit war der politische Aspekt am Ende des 18. Jahrhunderts zwar verlagert worden, spielte aber noch immer eine immens wichtige Rolle.
Innerhalb der Museumswände sollte, so Tony Bennett, nun das gesamte Volk gebildet und „zivilisiert“ werden:

> „To be rendered serviceable as a governmental instrument, […] the public museum attached to this exemplary didacticism of objects an exemplary didacticism of personages in arranging for a regulated commingling of classes such that the subordinate classes might learn, by imitation, the appropriate forms of dress and comportment exhibited by their social superiors.“[20]

Während man den rauen Manieren der unteren Schichten früher entkam, indem man diese aus dem Museum ausschloss, sollte man ihnen nun mit Aufgeschlossenheit begegnen und Hilfestellung für die Eingliederung in die kultivierte Welt geben. Ganz unproblematisch verlief dieser Prozess nicht, doch war er im Geiste der Zeit verankert und somit unaufhaltsam.

---

18 Pevsner, Nikolaus, *A History of Building Types*, S. 126, zit. n. Theodore Ziolkowski, *Das Amt der Poeten. Die deutsche Romantik und ihre Institutionen*, München: Dt. Taschenbuch-Verl. 1994, S. 394f.
19 Klein, *Expositum*, S. 136.
20 Benett, Tony, *The Birth of The Museum, History, theory, politics*, London/New York: Routledge 1995, S. 28.

2.1.5 Museumsboom in der Moderne

Das 19. Jahrhundert stand ganz im Zeichen der Modernisierung. Im Zeitalter der Industrialisierung und Urbanisierung veränderte sich auch der Bezug zum Ausstellungswesen. Aus Angst vor dem Totalverlust erwuchs nun ein „antimoderner Impuls“[21], der darauf abzielte, das Alte vor dem Untergang zu retten. So wurde die Musealisierung nicht nur in Europa, sondern weltweit zum allgegenwärtigen Boom.

Mit der Modernisierung differenzierte sich aber bald auch das Ausstellungswesen und so standen die Museen plötzlich in Konkurrenz zu gigantischen Weltausstellungen, die auf unterhaltsame Weise die Massen anzulocken wussten.
Um im Zuge dessen nicht unterzugehen, musste das Museum ebenfalls mit einer Weiterentwicklung reagieren und seinen Besuchern neben der klassischen Ausstellung auch einen Gegenwartsbezug bieten.

So kam es zu einer Typologisierung von Museen. Neben der Gründung des Technischen Museums konnten von nun an auch Nationalmuseen, Naturhistorische Museen, Kunstmuseen etc. verzeichnet werden.
Mit der Differenzierung verschiedener Museumstypen sollten nun die vielfältigen Bedürfnisse des Volkes befriedigt werden.[22]
So auch beispielsweise zum Ende des 19. Jahrhunderts, als erste negative Stimmen in Zusammenhang mit dem technischen Fortschritt laut wurden und das Museumswesen prompt mit der Gründung von Sozial- und Hygienemuseen, die zur allgemeinen Aufklärung und Verbesserung der Lebenssituation beitragen sollten, antwortete.[23]

Durch die schnelle Reaktion auf die Bedürfnisse der Öffentlichkeit kann sich das Museum auch im beginnenden 20. Jahrhundert an der Spitze der Kulturinstitutionen halten und wird bald immer mehr zum Spiegelbild des Staates stilisiert.

21 Klein, *Expositum*, S. 140.
22 Vgl. Lurz/Harrer, „Das Diskursive Museum“, S. 14.
23 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 144.

2.1.6 Museum als Machtinstrument

Unter dem nationalsozialistischen Regime entwickelte sich das Museum zu einem politischen Instrument. Obwohl sich Kunst, wie Elisabeth Schweeger behauptet, grundsätzlich schon immer dem politik- bzw. machtfreien Raum nicht entziehen konnte[24], wurde sie nun in der Institution Museum in einer äußerst extremen Form für die Propagandazwecke des Dritten Reichs missbraucht.

Das jahrhundertelang hart erarbeitete Image der Institution Museum als Bildungsstätte wird von der Regierung aufgegriffen und für die ideologische „Umerziehung" des Volkes eingesetzt.
Dabei wurde die Inszenierung zum unabdingbaren Bestandteil einer jeden Museumsausstellung:

> „Symbolhafte Kulissen und begehbare Bühnenbilder sollten die Massen psychologisch beeinflussen. Die Besucher sollten die nationalsozialistischen, biologistischen und antisemitischen Komponenten der NS-Ideologie nicht nur lernen, sondern auch erleben und erfahren, um sie letztlich zu verinnerlichen."[25]

Die Kunst wurde demnach zu einem wirkungsvollen Propagandainstrument umfunktioniert, welches die emotionale Sphäre der Besucher durchdringen sollte. Auf diese Weise konnte, so Hildegard Vieregg, die Regierung mithilfe von Museen das ausdrücken, „was 'der Führer' unausgesprochen mit 'seinem' Volk gemeinsam hatte"[26]. Wer diesem Vorhaben dabei im Weg stand, wurde kurzerhand aus dem Ausstellungswesen entfernt.

Während nach dem Zweiten Weltkrieg aufwändig inszenierte Ausstellungen in der Bundesrepublik Deutschland diskreditiert wurden, spielten sie -wenn auch in einer abgeschwächten Form- in Zeiten des Kalten Krieges in der DDR und Sowjetunion noch eine große Rolle.
Im Laufe der Zeit wandelte sich jedoch langsam die Aufgabe des Museums. Es sollte allerorts wieder primär zu einem Lernort, dem weder soziale noch politische Barrieren im Wege stehen, umgewandelt werden.

24 Vgl. Schweeger, „Verkommene Ufer", S. 32.
25 Klein, *Expositum*, S. 150.
26 Vieregg, *Geschichte des Museums*, S. 53.

2.1.7 Museum heute und Problemstellungen

In den letzten 15 bis 20 Jahren durchlief unsere Gesellschaft und -unmittelbar daran gebunden- das Museum eine besonders interessante Entwicklung.
Während wirtschaftliche Faktoren eine Verlagerung der Arbeits- und Freizeit ermöglichten, kam es mit dem Fortschritt der Computertechnik zu einer immer größer werdenden Ausfüllung dieser beiden Sektoren durch digitale Medien.
Das Internet eröffnete neue Welten der Unterhaltung, denen man mit Freizeitangeboten in der realen Welt kaum entgegenwirken konnte. Die Besucher, die zur außerhäuslichen Aktivität bereit waren, ließen sich von einer klassischen Museumsausstellung nicht mehr beeindrucken.[27]

Während immer mehr Freizeitangebote den Unterhaltungsmarkt überschwemmten, musste das Museum nun also umrüsten. So fing man in den 1990er Jahren an Museen zu managen, um diese durch gezielte Marketingstrategien als Unternehmen zu stärken[28]. Museen passten sich der Zeit an, indem sie nun mit werbewirksamen Maßnahmen, wie ihrem Internetauftritt, einem einprägsamen Logo oder speziellen Drucksorten ausgerüstet wurden[29].

Daneben wurde besonderes Augenmerk auch auf die Nebenleistungen, mit denen der Besucher unmittelbar bei Betreten des Museumsgebäudes konfrontiert ist, gelegt. Der Besucher sollte sich mithilfe des freundlichen Personals, eines gutsortierten Shops, ansprechender Gastronomie oder unterhaltsamer Events etc. besonders wohl fühlen. Welche Stellung die positiv wirkenden Nebenleistungen für das Gesamterlebnis im Museum dabei eingenommen haben, fasst James Cuno folgendermaßen zusammen:

> „Es ist eine Erfahrung, die von einem Gefüge anderer Erfahrungen abhängt, die alle zusammen in Ihrer Gesamtheit den Diskurs der Ausstellung, ja sogar des Museums selber, bilden – wobei das

27 Vgl. Staudenmayer, Ruth, „Die strategische Perspektive: Zielgruppenorientiertes Museumsmanagement“, *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden,* Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg Selbstverlag 2004, S. 39 – 54, S. 45.
28 Vgl. Ibid., S. 46.
29 Vlg. Faßbender, Guido/Mona Schieren, „Von der Kunst der Aneignung zur Aneignung von Kunst. Junge Leute im Museum“, *Zielgruppen von Museen,* Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg Selbstverlag 2004, S. 145 – 154, S. 148.

> Museum als eine Art kulturelles Forum erscheint, ein Marktplatz der Ideen, ein Zentrum der Kontroversen, usw., welches nicht allein die Erfahrung, die man mit dem betreffenden Kunstwerk macht, ändert, sondern auch die Erfahrung mit dem Museum selbst.“[30]

Selbstverständlich blieb das Wichtigste im Museum noch immer die Ausstellung selbst. Doch musste diese nun ebenfalls mehr bieten als bloße Kunst. Es musste interessant aufbereitete, hochmoderne, neuinterpretierte oder einzig- bzw. andersartige Kunst sein. „[...] Das Publikum für moderne Kunst hat sich vervielfacht, und die Menschen lieben einfach ein Spektakel. Die Kunst ist ein Teil der populären Unterhaltung geworden“[31], bemerkte einst der bekannte Guggenheim-Kurator Robert Rosenblum dazu.

Neben ständig wechselnden Sonderausstellungen, bemühte man sich auch die eigene Sammlung im neuen Licht erstrahlen zu lassen. So wurden inszenierte Inhalte wieder einmal zum Schwerpunkt im Museum. Dabei scheuten die Ausstellungsgestalter vor kräftigen Effekten nicht zurück und brachten damit, so Alexander Klein, „einen Schuss Jahrmarkt in das Bildungswesen“[32].
Das Museum sollte dem Besucher in einem Gebäude all das zeigen, was der Unterhaltungsmarkt zu bieten hatte. So vereinen Museen heute gleich mehrere Institutionen in sich. Sie sind Konzerthallen, nehmen durch Performances Eigenschaften des Theaters an, dienen als Kaufhäuser oder aber als unterhaltsame Begegnungsorte mit Café-Flair[33].

Andersrum ist aber auch in anderen Bereichen der Trend zur Musealisierung erwacht. Immer mehr Unternehmen inszenieren beispielsweise das Innenleben ihrer Produktion, um auf diese Weise den potentiellen Kunden in den Entstehungsprozess einzubinden.
Ein Beispiel dafür wäre die „Heineken Experience“ in Amsterdam. In der simulierten Brauerei der weltbekannten Biermarke erfährt der Besucher eher Nebensächliches über das Bierbrauen, umso mehr jedoch über die Marke

30 Cuno, James, „Gegen das diskursive Museum“, *Das diskursive Museum*, Hg. Peter Noever, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz 2001, S. 48 – 64, S. 55.
31 Ibid, S. 53.
32 Klein, *Expositum*, S. 155f.
33 Matt/Flatz/Löderer, *Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen. Ein Praxisorientierter Leitfaden*, Wien: Verlag Österreich 2001, S. 13.

„Heineken“. Nostalgische Bierdeckel, Werbespots und ein 4D-Kino lassen das Bier dabei als Besonderheit erstrahlen, verleiten zum Kauf des ein oder anderen Fanartikels und führen optimalerweise zur längerfristigen Produktbindung.

Eben diese längerfristige Bindung ist heutzutage schwer zu erreichen. So pocht jedes Unternehmen, sei es eine kommerzielle Biermarke oder eine kulturelle Institution, darauf einen möglichst breiten Kunden- bzw. Besucherkreis anzusprechen und verliert auf diese Weise oft den individuellen Charakter.
Die Museen haben, so Kritiker, in den vergangenen 15 Jahren nicht nur an Qualität eingebüßt, sie verloren dabei auch ihre eigentliche Bestimmung, nämlich die der Bildungsförderung, aus den Augen.

Insgesamt scheint die Situation eingefahren. Während neue Museumsbauten aus dem Boden sprießen und durch interaktive, moderne Angebote hohe Besucherzahlen melden, sind es die Museen, die den Schwerpunkt weniger auf Unterhaltung als auf Bildung legen, die weniger Besucher anziehen und somit für die Politiker als hoffnungslose Institutionen gelten. Um es in James Cunos Worten etwas prägnanter auszudrücken, sind diese Museen „einer ausreichenden Unterstützung durch die öffentliche Hand unwürdig, und nicht sexy genug, um Investitionen aus der Wirtschaft anzulocken oder den Stolz der Bürgerschaft zu erregen.[34]“

Bildung und Kultur ist ein ständig diskutiertes Thema in der Politik. Der ehemalige deutsche Innenminister Otto Schily vertritt die Einstellung, dass “jede Abschaffung einer musischen Einrichtung [...] ein Angriff auf die innere Sicherheit“[35] sei. In der Realität ist durch die Knappheit der Mittel davon jedoch wenig zu spüren.
So ist es nicht verwunderlich, dass immer mehr Museen sich der Eventkultur beugen und durch Umrüstung auf moderne Ausstellungsmittel um ihr Überleben kämpfen.

34 Cuno, „Gegen das diskursive Museum“, S. 49.
35 Schweeger, „Verkommene Ufer“, S. 33.

3. Die Inszenierung

Der Begriff Inszenierung stammt aus dem Bereich des Theaters und wurde zu Beginn des 19. Jahrhunderts von dem Französischen Ausdruck „la mise en scène“ abgeleitet[36]. Als wortgetreue Übersetzung wurde dabei zunächst die Bezeichnung „In die Szene setzen“ verwendet.
1837 lieferte der deutsche Schriftsteller August Lewald den frühesten bekannten Kommentar zur Bedeutung dieses Terminus und erklärte: „'In die Szene setzen' heißt, ein dramatisches Werk vollständig zur Anschauung bringen, um durch äußere Mittel die Intention des Dichters zu ergänzen und die Wirkung des Dramas zu verstärken“[37].

Der Inszenierungsbegriff wurde zu einer Zeit des Umschwungs am Theater in die deutsche Sprache übernommen. Während man vor Beginn des 19. Jahrhunderts dem Regisseur nur die Funktion des Organisatoren bzw. Arrangeurs zusprach, wird er nun -im Zuge der historischen Avantgardebewegungen- zum Künstler ernannt.[38] Die Theateraufführung, welche vorher stets eng an den Kunstcharakter des Dramas gebunden war, avanciert im 20. Jahrhundert nun zum eigenständigen Kunstwerk. Im Zuge dessen wird auch die Definition des Inszenierungsbegriffes angepasst und erweitert. Der französische Theaterleiter und Dramatiker Jacques Copeau formulierte dabei den bis Dato zutreffenden Inszenierungsbegriff folgendermaßen:

> „Unter Inszenierung verstehen wir den Entwurf einer dramatischen Handlung. Das ist die Gesamtheit der Bewegungen, Gesten, Haltungen, die Harmonie der Mienenspiele, der Stimmen, des Schweigens; es ist die Totalität des szenischen Schauspiels, einem Denken entsprungen, das sie entwirft, regelt und harmonisiert. Der Regisseur erfindet und gestaltet zwischen den Figuren jenes geheime und doch sichtbare Band..., ohne das ein Drama, wenn auch noch so hervorragend interpretiert, das Beste seiner Wirkung einbüßt.“[39]

36 Vgl. Brockhaus Enzyklopädie (Hg.), *Inszenierung*, Leipzig/Mannheim: F.A. Brockhaus 2006.
37 Fischer-Lichte, Erika, „Inszenierung und Theatralität“, *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*, Hg. Willems/Jurga, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, S. 81 – 90, S. 82.
38 Vgl. Ibid., S. 82f.
39 Pavis, Patrice, „Inszenierung“, *Theaterlexikon. Begriffe und Epochen, Bühnen und Ensembles*, Hg. Manfred Brauneck/Gérard Schneilin, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt ³1992 (Orig. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1986), S. 441 – 443, S. 442f.

3.1 Inszenierung im Alltag

In seinem Buch „Wir alle spielen Theater“ setzte sich der Soziologe Erving Goffman bereits 1959 mit der Selbstinszenierung des Menschen im alltäglichen Leben auseinander. Dabei zeigte Goffman auf, inwiefern die soziale Welt als theatrale Handlung, in der jeder Mensch die Bühne des Lebens bespielt, anzusehen ist. Durch sogenannte „Fassaden“, wie Kleidung, Geschlecht, Rangmerkmale, Sprechweise usw., wisse ein „Darsteller“ sein Gegenüber einzuschätzen und könne entsprechend auf diesen reagieren.[40]
Später distanzierte sich der Soziologe zwar von seinem Werk, dennoch regte es eine Flut an Diskussionen rund um den Begriff Inszenierung an. Auch heute noch beschäftigt man sich in verschiedenen Fachbereichen mit diesem Thema.

Die Anwendung des Terminus ist dabei besonders in Verbindung mit verschiedenen Kunstformen, wie Musik, Literatur, bildender Kunst sowie Film und Fernsehen mehr als geläufig.[41] Speziell die Filmindustrie und das Fernsehen haben dabei oft negative Resonanzen in Zusammenhang mit dem Inszenierungsbegriff gebracht. Massenmediale Darstellungstechniken, die mithilfe von inszenatorischen Mitteln einen manipulativen Einfluss auf Zuseher ausstrahlen, werden zunehmend entlarvt und öffentlich kritisiert.

Auch die Wirtschaft hat sich heute der Inszenierung verschrieben, allerdings steht sie dort im Kontext des Marketings in einem weitaus besseren Licht da. Zwar wird auch hier Manipulation betrieben, doch ist es in einem wirtschaftlichen Zusammenhang weitgehend akzeptiert und gehört offenkundig zur Vermarktung von Konsumgütern dazu.

Geteilte Meinungen herrschen dagegen auch bei der Inszenierung von Personen, die in der Öffentlichkeit stehen. Zwar wurde beispielsweise die Inszenierung von Politikern und ihren Wahlkämpfen, wenn auch in unterschiedlicher Form, schon

40 Vgl. Goffman, Erving, Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag, München: R. Piper & Co. 1969 (Orig. New York: Doubleday & Company 1959), S. 25.
41 Bausch, Constanze, *Verkörperte Medien. Die soziale Macht televisueller Inszenierungen*, Bielefeld: transcript 2006, S. 16f.

immer betrieben. Während man im Altertum aber die Staatsakte der Herrscher allerdings nur beurteilen konnte, wenn man selbst anwesend war, be- und verurteilen heute die Medien den Auftritt des Politikers und teilen dem Volk offenkundig ihre Meinung über diesen mit.

Damit diese Meinung positiv ausfällt, lassen sich Politiker von PR-Agenturen auf die Öffentlichkeit vorbereiten. Dass dabei, wie Hand-Georg Soeffer anmerkt, oft eher auf „Ästhetik statt Ethik“[42] gesetzt wird, fällt vielen Wählern gar nicht erst auf. Thomas Althuber erklärt dazu:

> „Wichtiger als die tatsächlichen Eigenschaften eines Kandidaten sind die medial vermittelten und vermittelbaren Eigenschaften, was ein hohes Maß an Telegenität verlangt. Telegen zu sein heißt „knapp, präzise und zuschauernah zu argumentieren, schlagfertig und souverän zu wirken und man darf keine Angst vor der Kamera haben.“ Eine adrette Frisur und modische Kleidung runden das Profil eines Medienpolitikers ab.“[43]

Knapp 50 Jahre nach Veröffentlichung von Goffmans „Wir alle spielen Theater“ könnte man seine Theorie von den „Fassaden“ heute also nun doch zum Alltag zählen. Die Inszenierung ist dabei ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation geworden, denn sie nimmt -egal ob im Fernsehbericht, auf einem Werbeplakat oder aber auch im Rahmen einer Museumsausstellung- Einfluss darauf, wie etwas wahrgenommen wird.

42 Soeffer, Hans-Georg, „Erzwungene Ästhetik. Repräsentation, Zeremoniell und Ritual in der Politik“, *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*, Hg. Herbert Willems/Martin Jurga, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, S. 215 – 234, S. 220.

43 Althuber, Thomas, „Die Inszenierung von Wahlkämpfen“, Dipl. Arb., Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2008, S. 27.

4. Inszenierung und Museum

Die Tatsache, dass die Kombination der beiden Begriffe *Inszenierung* und *Museum* heute keine Seltenheit mehr darstellt, ist den vorangegangenen Kapiteln bereits zu entnehmen gewesen. Doch die Frage nach der Lokalisierung des ersten Berührungspunktes dieser beiden Begriffe wäre hier noch zu klären:
Ab welchem Punkt beginnt das inszenierte Museum? Ist es der Moment, an dem ein Passant das Wortspiel eines Werbeposters mit der Aufschrift „HÖR AUF DEINE OHREN“ und der Abbildung von zwei Comic-Ohren, die einen Menschen am Hosenbein in Richtung des Wiener Klangmuseums ziehen, versteht? Oder ist es der Moment, an dem ein Passant tatsächlich vor dem Museumsgebäude steht und sich vielleicht erst durch die interessante Aussenfassade, aus dem Innern herauskommende Geräusche oder aber aussergewöhnliche Beleuchtung zum Besuch animieren lässt?

Zur Beantwortung dieser Fragen möchte ich nochmals die im zweiten Kapitel angesprochene Definition der Inszenierung wiederholen: Inszenierung ist ein Kommunikationsinstrument.[44] In Verbindung mit den oben genannten Szenarien lassen sich nun folgende Modelle nach dem klassischen Kommunikationsprinzip von Shannon und Weaver ableiten:

- Sender (Institution Museum) → Botschaft („HÖR AUF DEINE OHREN und lass dich ins Klangmuseum ziehen!“) → Empfänger (potentieller Besucher)
- Sender (Institution Museum) → Botschaft („Dieses prächtige Gebäude ist ein Museum? Da muss ich rein!“) → Empfänger (potentieller Besucher)

Diese Modelle sprechen verschiedene Kanäle des inszenierten Museums an und sind mit Sicherheit für jeden Museumsbetrieb von großer Bedeutung.
Doch so wichtig die Inszenierung des Museums nach außen hin ist, denn ohne Werbeposter, Flyer etc. wird möglicherweise kein Passant auf die Institution aufmerksam, ohne eine ansprechende museale Umgebung und eine interessant inszenierte Ausstellung kann kein Museum auf Dauer überleben.

44 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 9f.

5. Inszenierung des musealen Raumes

Bereits im 19. Jahrhundert sprach man, so Brigitte Kaiser, von „malerischer Präsentationsweise“:

> „Gemeint war damit eine Aufstellung von Objekten fern jeder chronologischen, typologischen, material- oder funktionsbezogenen Systematik, die darauf zielt, möglichst alles zu zeigen und einen malerischen Gesamteindruck hervorzurufen.“[45]

Die Absicht hinter dieser Präsentationsweise war zunächst von simpler Natur: der „malerische Gesamteindruck“ sollte spektakulär wirken und Erstaunen unter den Besuchern auslösen.

Im 20. Jahrhundert war man sich schließlich auch der wissensvermittelnden Wirkung der malerischen Präsentationsweise bewusst geworden und setzte diese nun gezielt zur Vermittlung bestimmter Aussagen ein. Die Verwendung des Inszenierungsbegriffes in Zusammenhang mit der Gestaltung musealer Darbietungsformen wurde dabei jedoch erst in den 1980er Jahren populär.[46]

Heute ist der Einsatz von inszenatorischen Mitteln aus dem musealen Raum kaum wegzudenken. Ihre Aufgabe ist es, einzelne Exponate zu einem neuen Bild zusammenzufügen. Dieses neuerschaffene Bild ist laut Alexander Klein dabei weit mehr als die Summe seiner Teile, da nun „Inhalte verstärkt, durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und damit in der intendierten Aussage werden“[47].
Die Inszenierung schafft also einen Handlungsrahmen, welcher sich durch den musealen Raum erstreckt und den Besucher miteinbezieht.[48]

Die Ausstellungsinhalte werden durch Inszenierung in eine neuartige Sprache transformiert, die der Besucher nicht nur verstehen, sondern auch fühlen soll:

> „[Die Inszenierung] nutzt die Fähigkeiten der visuellen Künste, Wahrnehmung zu unterstützen und zu steuern, Assoziationen

45 Kaiser, Brigitte, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen. Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*, Bielefeld: Transcript 2006, S. 31.
46 Vgl. Ibid., S. 34.
47 Klein, *Expositum*, S. 104f.
48 Vgl. Ibid., S. 120.

> herbeizuführen, persönliche Meinungen zu entwickeln, Neugier zu wecken, Emotionen freizusetzen. Das künstlerische Gestaltungskonzept trägt die Anmutungsqualität des authentischen Objektes, es kann ihre Wirkmächtigkeit verstärken, es kann sie aber auch unterdrücken.“[49]

5.1 Inszenierungstypen: Rekonstruktive und abstrahierende Raumbilder nach Brigitte Kaiser

Die Inszenierung von Ausstellungen kann vielfältig aussehen. Der Typ der Inszenierung wird dabei davon abhängig gemacht, unter welchem Aspekt das thematische Grundkonzept der Ausstellung beleuchtet wird und was man mit diesem vermitteln möchte. Brigitte Kaiser unterscheidet diesbezüglich zwischen dem *rekonstruktiven* und dem *abstrahierenden* Raumbild.

Rekonstruktive Raumbilder

Rekonstruktive Raumbilder sind Inszenierungen, die bestimmte historische Begebenheiten rekonstruieren oder an historische Situationen erinnern sollen.[50] Inszenatorische Mittel, wie Licht, Farben etc. werden sparsam eingesetzt und sollen nur der Unterstützung des historischen Verständnisses dienen.[51] Ausgestellte Exponate können innerhalb rekonstruktiver Raumbilder entweder als authentisches oder nicht-authentisches Ensemble auftreten.

Authentische Ensembles sind dabei Objekte, die auch ursprünglich schon zusammengehört haben.[52] Als Beispiel hierfür wäre das Sigmund Freud Museum in Wien zu nennen. In den ehemaligen Wohn- und Praxisräumen des Begründers der Psychoanalyse wird hier unter anderem altes Mobiliar seines Wartezimmers in der Originalanordnung ausgestellt.

49 Flügel, Katharina, *Einführung in die Museologie*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2005, S. 106f.
50 Vgl. Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen,* S. 38f.
51 Vgl. Ibid., S. 43.
52 Vgl. Ibid., S. 42.

Als nicht-authentische Ensembles bezeichnet Brigitte Kaiser hingegen zusammengestellte Objekte, die vorher zwar nicht zusammengehört haben, jedoch dem selben historischen Zeitabschnitt zuzurechnen sind.[53] Die im Wiener Hofmobiliendepot zahlreich inszenierten Möbelsammlungen, wie etwa die Biedermeierkojen, sind ein treffendes Beispiel für nicht-authentische Ensembles.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass rekonstruktive Raumbilder auch mit Einsatz von nicht-authentischen Ensembles im dargestellten Ausstellungsinhalt einen Authentizitätsanspruch innehaben. Dass diese Inszenierungsart sich der Vergangenheit jedoch auch nur annähern und sie nicht vollständig wiedergeben kann, ist Fakt. Denn mit der Simulation der Vergangenheit lässt sich, wie Roy Ascott treffend ausdrückt, nur eine andere Gegenwart kreieren.[54]

Abstrahierende Raumbilder

Abstrahierende Raumbilder sind Inszenierungen, die über den historischen Aspekt hinausgehen. Die Gestaltung wird hier zum Hauptkriterium und soll die Empfindung des Besuchers anregen:

> „Es geht um die Frage, wie die Objekte zum Betrachter in Bezug gesetzt werden können. Die Aufmerksamkeit wird nicht mehr so sehr den ausgestellten Objekt gewidmet, sondern einer allumfassenden Idee, bei der das Objekt nur noch eine komplementäre Aufgabe erfüllt. Ein Hauptanliegen besteht darin, ein Verständnis beim Betrachter zu erreichen. Es geht nicht ausschließlich darum, dem Betrachter Sachinformation zu liefern und etwas zu zeigen, sondern ihn an Erfahrungen teilhaben zu lassen.“[55]

Die künstlerische Handschrift des Ausstellungsgestalters fließt in die Inszenierung von abstrahierenden Raumbildern mit hinein. Dramaturgische Mittel, wie Licht, Materialien oder Farben bekommen nun einen hohen Stellenwert und sollen die Aussage der Ausstellung untermalen.[56]

Historische Authentizität spielt bei dieser Art Inszenierung nur eine nebensächliche Rolle oder ist gar nicht vorhanden.

---

53 Ibid.

54 Vgl. Ascott, Roy, „Das Museum – neugedacht“, *Das Buch zur Museumswelt und darüber hinaus*, Hg. Joachim Baur, Wolfsberg: Leykam 1991, S. 63 – 72, S. 64.

55 Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen,* S. 46.

56 Vgl. Ibid., S. 49.

Die Wahrnehmung abstrahierender Raumbilder verläuft oft schwierig, denn durch den großzügigen Einsatz von gestalterischen Mitteln und ohne genügende Sachinformationen kann die Inszenierung oftmals missverstanden oder erst gar nicht erkannt werden.

Die Entscheidung, ob eine Ausstellung im rekonstruktiven oder abstrahierenden Stil aufgebaut sein soll, hängt selbstverständlich erstrangig davon ab, welche Exponate zur Verfügung stehen. Ist das thematische Konzept dann erstellt und die Herangehensweise festgelegt, tritt die Narration als weiteres Inszenierungsmittel hinzu.

5.2 Dramatik, Epik, Lyrik: Narrative Gestaltung nach Alexander Klein

> *Der Weg durch eine Ausstellung ist wie das Hören einer Symphonie oder das Erleben eines Films.*[57]

Der narrative Ansatz ist aus dem heutigen Ausstellungsdesign kaum wegzudenken und gründet auf der Überzeugung, dass Exponate erst mit der Einbindung in einen illustrierenden Rahmen ihre ganze Wirkung entfalten können.
Das Ziel der narrativen Methodik ist es, Emotionen beim Besucher auszulösen.[58] Er soll sich auf diese Weise leichter mit der Ausstellungsthematik vertraut machen und diese über einen längeren Zeitraum hindurch verinnerlichen können.

Alexander Klein unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen *dramatischen*, *epischen* und *lyrischen* Ausstellungen.

57 Werner, Frank R., *Hans Dieter Schaal in-between. Ausstellungsarchitektur*, Stuttgart: Ed. Axel Menges 1999, S. 39.
58 Vgl. Ibid, S. 140.

Die *dramatische Ausstellung* ist als spielerisch zu erkundende Landschaft aufgebaut. Die Exponate werden hier zum Bestandteil einer Kulisse, die den Besucher mithilfe einer hoch inszenierten Erzählung integriert.
Das Erläutern ist bei dramatischen Ausstellungen eher Nebensache, denn sie weisen in ihrer linearen Struktur eine innere Logik, die den agierenden Besucher mit einschließt, auf. Ausstellungen, die im dramatischen Stil erzählen, erinnern in ihrem Inszenierungsverlauf an Erlebnisparks, in denen der Besucher zum Helden der Handlung stilisiert wird.[59]

Die *epische Ausstellung* hingegen ist ganz auf die Erläuterung einer Thematik ausgelegt. Der Besucher wird hier zum Beobachter, der sich im inszenierten Raum eine Geschichte erzählen und erklären lässt. Innerhalb des Raumes verläuft die Inszenierung in Einzelabschnitten, die aufeinander aufbauend dem Besucher den Ausstellungsinhalt näher bringen.
Der epische Erzählstil wird größtenteils in Ausstellungen, die einen wissenschaftlichen Anspruch haben, eingesetzt.[60] Ein Beispiel hierfür wäre die Dauerausstellung im Naturhistorischen Museum Wien. Die Geschichte der Erde und die Entstehung des Lebens wird hier von Raum zu Raum inszeniert und aufeinander aufbauend dem Besucher näher gebracht.

Die *lyrische Ausstellung* ist in ihrer Vermittlungsfunktion zwar der epischen Ausstellung ähnlich, doch unterscheidet sie sich in ihrem Aufbau komplett von dieser. Innerhalb lyrischer Rauminszenierungen wird bewusst auf einen großen erzählerischen Bogen verzichtet. Stattdessen sind hier die Exponate lediglich aufgrund ihrer äußeren Ähnlichkeit, Gegensätzlichkeit, vergleichbarer Wirkung usw. zusammengestellt.
Die Einzelabschnitte müssen keiner Chronologie folgen und wirken auf den Besucher lediglich als verschiedenartige Eindrücke.[61]
Im Österreichischen Museum für angewandte Kunst findet man in der „Studiensammlung Sitzmöbel“ ein hervorragendes Beispiel einer lyrischen Erzählweise. Hier werden sowohl alte als auch moderne Sessel und Stühle ihrer

59 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 122f.
60 Vgl. Ibid., S. 123.
61 Vgl. Ibid., S. 123f.

äußeren Erscheinungsform nach nebeneinander, übereinander oder aufeinander präsentiert. Die Intention hinter dieser Ausstellung soll die Auseinandersetzung mit der allgemeinen Bedeutung von Sitzmöbel sein und ist deutlich durch die lyrische Gestaltung der Narration ablesbar.

Vereinfacht lässt sich sagen, dass die dramatische Ausstellung in ihrer Narration eher beiläufig eine Geschichte erzählt und viel mehr Wert auf inszenierte Kulissen legt. Die epische Ausstellung möchte dagegen mit inszenatorischen Mitteln vorrangig eine Geschichte erzählen und legt wert auf wissenschaftliche Korrektheit. Die lyrische Ausstellung schließlich bietet durch Inszenierung einen neuartigen Blickwinkel auf eine Geschichte.

Ein Museum oder eine Ausstellung muss sich dabei nicht immer nur auf eine dieser drei narrativen Methoden beschränken. Es kommt durchaus auch vor, dass innerhalb einer Ausstellung mehrere Erzählstrukturen in von einander abgegrenzten Sequenzen angewendet werden.
Wichtig ist dabei, trotz dieser Vermischung klare Linien in der Inszenierungsgestaltung zu setzen, um die Wahrnehmung des Besuchers nicht durch ständig abwechselnde oder zusammenhanglose Erzählstränge zu überladen. Denn nur wenn ein Besucher wahrnimmt, kann er auch empfinden.

5.3 Inszenierungsinstrumente

Die Wahrnehmung des Besuchers ist überdies stark mit seinem physischen Wohlbefinden verknüpft. So müssen bei der Gestaltung einer Museumsausstellung von Anfang an menschliche Grundbedürfnisse mitbedacht und einkalkuliert werden.
Sitzmöglichkeiten zum Ausruhen, saubere Sanitäranlagen, ausgewogenes Raumklima und Imbissmöglichkeiten sorgen dafür, dass der Besucher die ihm präsentierte Ausstellungsinszenierung stressfrei wahrnehmen kann.

Lässt sich der Besucher dann erst einmal auf den inszenierten Raum ein, kann seine Wahrnehmung mithilfe bestimmter Inszenierungsinstrumente auf vielerlei Weisen angeregt und gesteuert werden. Im folgenden sollen die wichtigsten dieser Instrumente benannt und veranschaulicht werden.

5.3.1 Mit Gebäuden begeistern

Die Inszenierung des musealen Raumes beginnt oft bereits mit der Inszenierung des Außenraumes. Gemeint ist hiermit nicht etwa die Werbepräsenz des Museums nach außen, sondern der tatsächliche, physische Außenbereich, sprich das Museumsgebäude.

Als erstes, nur zum alleinigen Zwecke der Präsentation von Kunstwerken konzipierte Museumsgebäude, gilt das Fridericianum in Kassel. Das 1779 fertiggestellte Gebäude gleicht in seiner Architektur einem Palast- oder Schlossbau. Dies ist insofern nicht verwunderlich, als doch dem leitenden Architekten Simon Louis du Ry bis dato keinerlei Vorbilder eines Museumsbaus zur Verfügung standen. So griff er auf bereits vorhandene Baustile zurück und entwarf ein Museum, das einerseits Prestigecharakter aufweisen und andererseits einen angemessenen Rahmen für Kunstwerke bieten konnte.[62]

Heute beschäftigen sich ganze Expertengruppen mit dem Entwurf eines Museumsgebäudes, denn seine Wirkung auf die Kunstwerke und die daraus resultierende Wahrnehmung durch die Besucher ist oft der Schlüssel zum Erfolg.
Die architektonische Hülle des Museums hat also vorrangig die Aufgabe, das Empfinden und ein Verständnis für die in ihr ausgestellte Kunst zu fördern[63].
Dies kann am intensivsten durch einen thematischen Bezug zwischen Ausstellungsgebäude und Ausstellungsexponat geschehen. Ein Beispiel hierfür

62 Vgl. Reiner, Linda, „Zur Ausstellungsinszenierung der documenta 12 (2007) im Museum Fridericianum“, *Museum revisited. Transdisziplinäre Perspektiven auf eine Institution im Wandel*, Hg. Kurt Dröge/Detlef Hoffmann, Bielefeld: Transcript 2010, S. 303 – 316, S. 312.

63 Vgl. Hamberger, Edwin, „Ausstellungskonzepte – Spagat zwischen Besucherwunsch und Wissenschaftsanspruch“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher -ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 19 – 41, S. 39.

bietet die Architektur des Jüdischen Museums in Berlin.

Ein barocker Altbau wurde hier um einen vom amerikanischen Architekten Daniel Libeskind entworfenen futuristischen Neubau erweitert. Der neuerschaffene Gebäudekomplex besticht besonders durch seine interessante Außenoptik, die in einer raffinierten Weise einen Einblick in die museal aufbereitete Geschichte des Innenraumes bietet.

Der zickzackförmige Neubau, der in seiner Form einen zerlegten und neuarrangierten Davidstern darstellen soll, strahlt als Inszenierung die künstlerische Auseinandersetzung mit der im Museumsinneren behandelten Thematik nach außen. Das Gebäude wird hier zu einem Exponat, welches den Raum und die in ihm inszenierte Geschichte zu einer Einheit verschmelzen lässt[64].

Abb.1: Luftaufnahme Jüdisches Museum Berlin

Heute wird die Wichtigkeit des Museumsgebäudes oft auch aus einer anderen Perspektive beleuchtet. So bezeichnet Christian Mikunda dieses beispielsweise als eine „gebaute Visitenkarte[65]“ und bezieht sich damit weniger auf den künstlerischen Aspekt eines Museums, sondern auf seine öffentliche Wirkung als Unternehmen. Diese „gebaute Visitenkarte“ kann jedoch auch zum bloßen Aushängeschild eines Architekten mutieren und somit ihren künstlerischen Bezug zum ausgestellten Exponat verlieren. Das Gebäude wird an dieser Stelle selbst zum Ausstellungsobjekt und lässt alle anderen Exponate neben sich erblassen.

Als bekanntestes Beispiel sei hier das 1959 eröffnete Solomon R. Guggenheim Museum in New York erwähnt. Die sogenannte „Schnecke“ wurde bereits in der Bauphase heftig kritisiert und der verantwortliche Architekt Frank Lloyd Wright

64 Vgl. Bichlmeier, Kathrin, „Räume in ihrer historischen Dimension erschließen“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher -ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 235 – 250, S. 247.

65 Mikunda, Christian, *Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch strategische Dramaturgie*, Düsseldorf: ECON ³1996, S. 40.

Abb. 2: Solomon R. Guggenheim Museum

beschuldigt, seine eigentliche Aufgabe, nämlich die des Architekten, mit der eines Künstlers verwechselt zu haben.[66] Wright wehrte sich nicht lange gegen die Vorwürfe und erklärte: „Es ist mir verdammt egal, wozu es benutzt wird; ich wollte ein Gebäude wie dieses bauen.“[67] Heute ist das Solomon R. Guggenheim Museum eines der touristischen Hotspots in New York und zählt jährlich etwa eine Million Besucher. Laut Umfragen ist dabei das Gebäude des Museums und nicht etwa der Ausstellungsinhalt, der Grund für den Besuch der meisten Menschen.[68]

Die Tatsache, dass Museen heute nicht mehr anhand ihrer Ausstellung identifiziert werden, wie etwa noch der Louvre mit der Mona Lisa, sondern nurmehr mit ihrer Architektur gleichgesetzt werden, heizt so manche kritische Diskussion innerhalb der Kunstszene an.[69] Wie der optimale Museumsbau allerdings beschaffen sein sollte, ist man sich keinesfalls sicher.

Ein Mittelweg zwischen Neutralität und Aufwändigkeit könnte jedoch folgendermaßen aussehen:

Beherbergt ein Museum wechselnde Ausstellungen, sollte es eher eine neutrale Außenarchitektur aufweisen, damit der Bruch zur ausgestellten Kunst nicht zu groß ist. Ist ein Museumsgebäude allerdings auf eine Dauerausstellung ausgelegt, könnte ein thematischer Bezug zu dieser im Rahmen einer auffälligen Architektur hergestellt werden. Somit wäre ein gestärktes Empfinden für die Exponate ermöglicht und das Museum als Ganzes zum inszenierten Raum ausgeweitet.

66 Vgl. FHo, „Guggenheim-Architektur. Von der Schnecke in die Welt“, *Spiegel Online*, http://www.-spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,439151,00.html 26.09.2006, 02.11.11.

67 Bredekamp, Horst, „Weg mit dem Zweck! Die Museumsarchitektur emanzipiert sich vom Nutzbau zum Kunstwerk“, *DIE ZEIT Online*, http://www.zeit.de/1998/28/199828.museum.xml 1998, 02.11.11.

68 Vgl. o.V., „Solomon R. Guggenheim Museum“, *The New York Times*, http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/organizations/g/guggenheim_solomon_r_museum/index.html 21.10.2009, 03.11.11.

69 Vgl. Cuno, „Gegen das diskursive Museum“, S. 56.

5.3.2 Mit Räumen führen

Wichtiger als die Wirkung der Außenarchitektur ist jedoch der Effekt, der durch die Gestaltung des musealen Innenraumes zustande kommt. Denn dieser ist die Plattform, die die ausgestellten Exponate und den Museumsbesucher in unmittelbaren Kontakt zueinander bringt. Es ist die Bühne, auf der sich die Begegnung zwischen dem Exponat und dem Besucher abspielt.

Die Gestaltung des Raumes kann den Besucher dabei auf vielerlei Weisen beeinflussen. Sie kann ihm physische Freiheiten oder Einschränkungen bieten, kann ihn beängstigen oder ermutigen, kann ihn aber auch langweilen oder faszinieren. Gleichzeitig hat der Raum aber auch Wirkung auf die Exponate. Er kann sie zur Schau stellen oder dem Besucher vorenthalten. Er kann sie einzigartig oder üblich machen und er kann sie stören oder aber wirken lassen.

Die Beschaffenheit eines inszenierten musealen Raumes variiert idealerweise je nach Ausstellungsinhalt und unterstützt diesen in seiner Aussage. Dabei dürfen einige architektonische Merkmale des Raumes als essentielle Gestaltungsmittel nicht fehlen. So wird bei inszenierten Ausstellungen ein besonderer Wert auf die Abschottung von der gegenwärtigen Wirklichkeit gelegt. Fenster, Türen oder andere räumliche Verbindungen zur Außenwelt können die Wirkung des Ausstellungsinhaltes beeinträchtigen.
Sollte die Ausstellung allerdings einen unmittelbaren Gegenwartsbezug aufweisen, können diese jedoch einen unterstützenden Effekt haben.[70] So kann beispielsweise bei einer Ausstellung über die architektonische Entwicklung der Stadt Köln ein Fenster mit dem Ausblick auf den Kölner Dom eine durchaus inszenatorisch wertvolle Wirkung haben.

Verstörung bei der inszenatorischen Einbindung von Gegenwartsbezügen kann oftmals entstehen, wenn die Schnittstelle zwischen Inszenierung und gegenwärtiger Wirklichkeit nicht deutlich erkennbar ist. So laufen in der Albertina beispielsweise täglich dutzende irritierte Besucher an den sanitären Anlagen in

70 Vgl. Deilmann, Harald, „Zukunft des Museums?“, *Das Museum der Zukunft. 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums*, Hg. Gerhard Bott, Köln: M. DuMont Schuberg 1970, S. 39 – 51, S. 42f.

den prächtig ausgestatteten Prunkräumen vorbei. Die mit bunten Samttapeten überzogenen Türen sollen mithilfe von antik-wirkenden Piktogrammen in männlicher und weiblicher Ausführung auf WC's hinweisen. Da sie sich allerdings zur Gänze in die restlichen Räumlichkeiten einfügen, traut sich nur selten ein Besucher den vergoldeten Türgriff zu berühren und die sich tatsächlich dahinter verborgenen modernen Toiletten zu entdecken.
Die Schwelle zwischen inszenierter Ausstellung und Realität wird hier demnach nur von Mutigen durchbrochen. Zu hoch scheint die Ehrfurcht der restlichen Besucher. Inwiefern ein solcher Effekt der Irritation beabsichtigt oder aber rein zufällig ist, liegt in der Macht der Kuratoren. Ob dieser allerdings positiv oder negativ zu bewerten sei, ist umstritten.

Grundsätzliche Einigkeit herrscht hingegen bei einem ganz anderen Aspekt, nämlich dem der Bewegung. Innerhalb einer jeden Ausstellung wird ein eigener Bewegungsfluss konzipiert, der jede Art von Besucher auf einem oder mehreren Wegen zum Ziel bringen soll.[71] Elisabeth Baumgartner spricht dabei allen Wegen einen bestimmten Richtungscharakter zu und erklärt, dass diese somit immer eine andere Wirkung aufweisen, wenn sie beispielsweise aus einer umgekehrten Richtung begangen werden.[72]
Besonders bei inszenierten Ausstellungen wird dabei auf einen -oft in beide Richtungen ausgelegten- raffiniert gesteuerten Besucherfluss Wert gelegt, denn dieser unterstreicht nicht nur die Gesamtgestaltung, sondern kann beim Besucher auch sogenannte Aha-Erlebnisse auslösen.

Christian Mikunda, der sich ausführlich mit der strategischen Dramaturgie von Freizeitparks, Einkaufszentren und Städten beschäftigte, macht deutlich, dass es innerhalb von Museen ebenfalls raffinierter Bezugspunkte bedarf. So sollen geschickt eingesetzte Knotenpunkte, die den normalen Verkehrsfluss unterbrechen, als „psychologische Zentren“ fungieren und somit einen Ort

71 Vgl. Dernie, David, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, Ludwigsburg: Avedition 2006, S. 16.
72 Vgl. Baumgartner, Elisabeth, „Erlebnisraum Museum. Eine Untersuchung aus differential-psychologischer Sicht“, Dipl. Arb., Universität Wien, Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät 1995, S. 40.

innerhalb des Raumes bedeutsam machen.[73] Daneben können Knotenpunkte auch eine Übergangsfunktion haben. Wenn sich beispielsweise zwei Themenbereiche in einem Raum befinden, kann ein Knotenpunkt die vermittelnde Instanz dieser beiden bilden.[74]

Abgrenzend hingegen wirken Türen und Schwellen. Diese heben die räumliche Kontinuität auf und machen unmissverständlich deutlich, dass etwas zu Ende ist.[75] Begrenzungen können durchaus aber auch positiv wirken, denn sie deuten dem Besucher ein Ende an und sorgen dafür, dass seine Konzentration auf dem Ausstellungsabschnitt gebündelt wird. Dies ist insofern wichtig, da der Durchschnittsbesucher für seinen Aufenthalt im Museum nur knapp über eine Stunde einrechnet und somit bei begrenzungsfreien, großen Ausstellungsräumen -aus Angst vor Zeitverlust- die Exponate nur sporadisch begutachtet.[76] Werner Hanak-Lettner spricht in diesem Zusammenhang von einer „Ausweglosigkeit“[77], die der Besucher dabei empfindet und die ihn in die Flucht zu bewegen scheint.

Die Anordnung des musealen Raumes, der einzelnen Raumabschnitte sowie der alles verbindenden Wege kann demnach das Zeitempfinden des Besuchers beschleunigen oder aber ausdehnen und hat damit einen großen Einfluss auf sein Wohlbefinden. Fühlt sich der Besucher in einer Ausstellung wohl, kann er sich voll und ganz dem inszenierten Ausstellungsinhalt hingeben.

Bei der Inszenierung des musealen Innenraumes gilt demnach als oberste Priorität ein durchdachtes Ausmaß der Ausstellung. Denn wie bereits Aristoteles feststellen musste, gilt für „die Begrenzung, die der Natur der Sache folgt, [...] dass eine Handlung, was ihre Größe betrifft, desto schöner ist, je größer sie ist, vorausgesetzt, dass sie fasslich bleibt.[78]“

73 Mikunda, *Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung*, S. 47f.
74 Vgl. Baumgartner, „Erlebnisraum Museum“, S. 42.
75 Vgl. Ibid., S. 44.
76 Vgl. Hanak-Lettner, Werner, *Die Ausstellung als Drama. Wie das Museum aus dem Theater entstand*, Bielefeld: Transcript 2011, S. 113.
77 Ibid., S. 179.
78 Aristoteles, *Poetik*, Hg. Manfred Fuhrmann, Stuttgart: Philipp Reclam jun. 1994, S. 27.

5.3.3 Mit Exponaten sprechen

Wenn der Museumsinnenraum die Bühne ist, auf dem eine Inszenierung stattfindet, so ist das Ausstellungsobjekt der Hauptcharakter des aufgeführten Stückes:

> „Dinge werden in Ausstellungen gezeigt, weil sie eine andere Welt repräsentieren. Sie kommen aus dem Dunklen und werden hell angestrahlt. Dinge in Ausstellungen haben wie Charaktere in Theaterstücken, Filmen und Romanen mehrere Facetten: helle, dunkle, offensichtliche, versteckte.“[79]

Dabei kann also jedes „Ding“ zum Ausstellungsobjekt avancieren. Es muss nicht unbedingt einen historischen Bezug aufweisen, sondern kann auch speziell für eine Ausstellung angefertigt worden sein, um eine bestimmte Gegebenheit zu repräsentieren oder eine Idee zu unterstreichen.
Dennoch sind es nach wie vor gerade die historisch wertvollen Exponate, die die meisten Besucher anziehen. Bei der Präsentation dieser ist der konservatorische Aspekt von großer Wichtigkeit, deshalb gelten in Museen strikte Vorgaben, wie ein originales Objekt in Szene gesetzt werden darf. Oft greifen Ausstellungsmacher aber auch auf Reproduktionen der Ausstellungsstücke zurück. Dabei gilt es einerseits die Faksimile in guter Qualität zu produzieren und andererseits sinnvoll in ein Umfeld mit einigen Originalen zu mischen.[80] Denn Ausstellungen, bei denen ausschließlich mit Reproduktionen gearbeitet wird, können von Besuchern als Täuschung empfunden werden.

Damit ein Exponat überhaupt als solches wahrgenommen werden kann, bedarf es laut Alexander Klein vier Schlüsseleigenschaften, nämlich die der Auffälligkeit, Anmutung, Aussagekraft und der Symbolträchtigkeit.
Zunächst muss ein Exponat demnach auffällig sein. Es muss außergewöhnlich erscheinen und an den Erwartungen des Besuchers anecken. Denn nur dann reagiert der Besucher mit Bewunderung, Verblüffung oder sogar Schock.[81]
Wenn ein Ausstellungsobjekt erst die Aufmerksamkeit des Besuchers ergriffen hat, muss es infolgedessen eine gewisse Anmutung oder wie Klein es ebenfalls

79 Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama*, S. 142.
80 Hamberger, „Ausstellungskonzepte“, S. 36f.
81 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 113f.

nennt eine „holding power“ ausstrahlen. Diese „holding power“ ist dabei prägend für den weiteren Umgang des Besuchers mit dem Exponat, denn sie stiftet erste Nähe zwischen dem Objekt und seinem Betrachter. Diese Nähe könnte dabei beispielsweise durch eine Assoziation, die der Besucher noch aus der Kindheit mit dem Objekt verbindet, ausgelöst worden sein.[82]

Daneben muss ein Exponat über eine gewisse Aussagekraft verfügen, mithilfe derer es das Unverfügbare erzählen kann. Es soll, eine spezifische Relevanz beinhaltend, zur Rekonstruktion des Gewesenen beitragen.[83]

Als Gegenstück dazu können Exponate aber auch durch eine Symbolträchtigkeit glänzen. Dabei wird das Ausstellungsobjekt nicht etwa als Ding wahrgenommen, sondern zum Träger einer symbolischen Botschaft.[84] Der sogenannte Zweispitz-Hut zum Beispiel wird nicht etwa als alter Hut wahrgenommen, sondern sofort mit dem Kaiser Napoleon Bonaparte in Verbindung gebracht.

Abb. 3: Zweispitz Napoleons

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Auffälligkeit und die Anmutung eher auf der emotiven Ebene funktionieren, während die Aussagekraft sowie die Symbolträchtigkeit auf der kognitiven Ebene wirken.

Dabei sind die letzten beiden Schlüsseleigenschaften eng mit der emotiven Ebene verbunden, denn nur wenn ein Ausstellungsobjekt von vornherein Gefühle auslöst, lässt sich der Besucher im Zuge dessen auch auf eine nähere Auseinandersetzung mit diesem ein.[85]

Damit ein Exponat seine volle Wirkung entfalten kann, wird innerhalb inszenierter Ausstellungen ein besonderer Wert auf die richtige Positionierung gelegt.

Menschliche Maße, Gewohnheiten und Bedürfnisse liefern den Ausstellungsgestaltern dabei die wichtigsten Vorgaben.[86]

So hat der Mensch beispielsweise die Angewohnheit, in einem Raum zuerst nach rechts zu gehen. Die Exponate, die von besonderer Wichtigkeit sind, sollten demnach auf der rechten Seite positioniert werden, damit sie die volle

82 Vgl. Ibid., S. 114f.
83 Vlg. Ibid., S. 115ff.
84 Vgl. Ibid., S. 117.
85 Vgl. Ibid., S. 115f.
86 Vgl. Flügel, *Einführung in die Museologie*, S. 123.

Aufmerksamkeit des Betrachters bekommen.[87] Ausstellungsobjekte, die neben Ausgängen positioniert sind, werden hingegen oft mit Nichtbeachtung gestraft, da sich die Besucher, so Katharina Flügel, vom Ausgang grundsätzlich „magisch angezogen[88]“ fühlen.

Besonders anziehend wirken dagegen Exponate, die an Sichtachsen platziert sind. Deshalb werden hier oft speziell bekannte oder beliebte Objekte, die die richtige Richtung vorgeben sollen, positioniert.[89] Auch große und auffällige Objekte ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Deshalb biete es sich an, so Peter Kolb, „um sie herum oder von ihnen ausgehend weitere Informationsobjekte zu gruppieren.[90]“

Um die Zusammengehörigkeit mehrerer Ausstellungsobjekte zu definieren, kann man diese räumlich nah beieinander platzieren, beziehungsweise mithilfe räumlicher Berührungspunkte zu einander in Beziehung setzen. Dabei sei jedoch darauf zu achten, dass die Exponate nicht zu dicht beieinander stehen oder hängen, da sie auf diese Weise die einzelne Bedeutung verlieren und womöglich unbeabsichtigt nur mehr als Gesamtwerk gesehen werden könnten.[91]

Ein besonders hervorhebender Effekt lässt sich mithilfe von Rahmen oder Vitrinen erzielen. Ein Rahmen kann die Aussage eines Kunstwerkes unterstreichen oder aber auch minimieren und dient im heutigen Museum -anders als noch vor 100 Jahren- nicht als pompöses Beiwerk. Je nach Intention des Kurators kann es also durchaus vorkommen, dass ein modernes Bild in einem goldenen, antiken Rahmen steckt und ein antikes Gemälde von einem schlichten schwarzen Plastikrahmen umgeben ist. Vitrinen können ebenfalls speziell in Szene gesetzt werden. So kommt es oft vor, dass diese nicht nur Funktionalität, sondern auch eine besondere Ästhetik aufweisen und somit selbst zum Exponat werden.[92]

Doch auch als reine „Verpackung“ für ein Ausstellungsobjekt umgibt Vitrinen oft

87 Vgl. Ibid., S. 124.
88 Ibid.
89 Vgl. Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama*, S. 182.
90 Kolb, Peter, „Selber Ausstellungen gestalten – Aspekte und Anregungen für Lehrer“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 722.
91 Vgl. Graf, Karin, „Der Einfluss des Hintergrundes auf die Farbwahrnehmung von Kunstwerken“, Dipl. Arb., Universität Wien, Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät 1996, S. 18.
92 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 101.

eine besondere Aura. Denn durch sie wird ein Objekt als besonders ausstellungswürdig und kostbar gekennzeichnet:

> „Dadurch, dass die Objekte auf einen Podest gehoben und in Szene gesetzt werden, bekommen sie oft eine starke Ausstrahlung, die sie von sich aus gar nicht haben. Man könnte sagen, dass ihnen die Ausstellung einen eigenständigen Charakter verleiht, dass sie an Persönlichkeit und an Kraft gewinnen und wie durch Zauberhand zum Leben erwachen.“[93]

5.3.4 Mit Licht zeigen

Licht ist eines der wichtigsten Instrumente bei der musealen Inszenierung. Es beeinflusst den Raumeindruck, kann für Behaglichkeit oder auch Unbehagen des Besuchers sorgen und gibt einer Ausstellung oft erst ihren Charakter.

Eine ausgeklügelte Beleuchtung beginnt heute bereits bei der Außenfassade eines Museums und kann dabei jedes Gebäude zum unverwechselbaren Kunstwerk avancieren lassen.

Innerhalb des Museumsgebäudes kann das sogenannte funktionale Licht, wie die Foyer- oder Liftbeleuchtung, ebenfalls zum Gesamteindruck beitragen. Denn fühlt sich ein Besucher bereits beim Betreten des Museums unsicher, weil etwa die Stufen zum Foyer nicht ordnungsgemäß ausgeleuchtet wurden, kann sich dies auf seinen gesamten Aufenthalt negativ auswirken.

Die wichtigste Rolle kommt dem Licht bzw. der Beleuchtung innerhalb der Ausstellungsräume zu. Der Einsatz von Licht in Ausstellungen bedeutet immer einen hohen inszenatorischen Aufwand und bedarf deshalb einer professionellen und raffinierten Lichtregie.

Als wichtigste Beleuchtungssysteme, die heute im Ausstellungsbereich in der Regel zum Einsatz kommen, gelten *Lichtdecken*, *Voutenleuchten,*

93 Roig, Joan, „Objekt und Subjekt in der heutigen Ausstellungsarchitektur“, *Bühnen- und Ausstellungs-Architektur*, Hg. Pedro Azara/ Carlos Guri Harth, Stuttgart/München: DVA 2000, S. 30 – 37, S. 33.

Indirektleuchten, *Wandfluter* sowie *Punkt-Strahler*.[94]

Die sogenannten *Lichtdecken* sollen künstlich das Tageslicht nachahmen. Sie eignen sich für Räume mit mindestens 6 Meter Höhe und kommen in Gemäldeausstellungen besonders zur Geltung. Werden Lichtdecken zum Beispiel aus konservatorischen Gründen zu stark gedimmt, verlieren sie ihre Wirkung als Tageslichtersatz und werfen nurmehr ein erdrückend graues Licht.[95]

Abb. 4: Lichtdecke und Voutenbeleuchtung

Unterstützend zur *Lichtdecke* oder aber auch als selbständige, indirekte Lichtquelle wird im Museum oft auch die *Voutenleuchte* eingesetzt. Diese sich im gewölbten Übergang zwischen Decke und Wand befindlichen Leuchtkörper werfen meist kaum bis gar keine Schatten, können jedoch bei zu hoher Leuchtintensität störende Blendungen verursachen.[96]

Häufiger als *Lichtdecken* und *Voutenleuchten* kommen sogenannte *Indirektleuchten* zum Einsatz. Wie der Name bereits preisgibt, werfen diese meist abgependelten Leuchten ein indirektes Licht nach oben, welches dann von der Decke und dem oberen Teil der Wände gleichmäßig reflektiert wird.[97]

Ein gleichmäßiges Licht geben auch deckennah installierte *Wandfluter* ab. Diese Leuchten verfügen über Reflektoren, die für eine einheitliche, asymmetrische Lichtverteilung an der gesamten Wand sorgen.[98]

Als Gegensatz dazu fungieren die *Punkt-Strahler.* Diese in eine definierte

94 Vgl. Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen*, www.**licht**.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12, S. 4.
95 Vgl. Ibid., S.4f.
96 Vgl. Ibid., S. 5.
97 Vgl. Ibid.
98 Vgl. Ibid.

Abb. 5: Punkt-Strahler

Richtung ausstrahlenden Leuchten erhellen vor allem Ausstellungsstücke und gelten als direktestes Mittel einer Inszenierung durch Licht.

Grundsätzlich gilt bei der Beleuchtung von Ausstellungen:

Diffuses Licht wird eher bei der Raumbeleuchtung angewandt. Dabei können jedoch auch einzelne gerichtete Lichtquellen das Gesamterscheinungsbild des Ausstellungsraumes prägen. Exponate hingegen benötigen fast immer gerichtetes Licht, welches durch diffuses Raumlicht höchstens zur Vermeidung von groben Schatten ergänzt wird.[99]

Welche Auswirkungen eine ungünstige Beleuchtung und die somit resultierenden Schatten auf die Präsentation von Ausstellungsstücken haben, verdeutlichen folgende Abbildungen.
Während man auf dem ersten Foto der Abbildung 7 noch deutlich ein Gesicht und den Kragen der antiken Figur erkennt, ändert sich dies durch den Wechsel

Abb. 6: Kopf einer antiken Statue von verschiedenen Winkeln aus beleuchtet

der Beleuchtungsrichtung. Die Figur wird hier bis zur Unkenntlichkeit verzerrt.

Abbildung 7 zeigt hingegen, inwiefern verschiedene Positionierungen von Lichtquellen auch einen Einfluss auf die Farbe eines Exponates haben können.

99 Vgl. Ibid., S. 2.

Abb. 7: Bunte Glasvase von verschiedenen Winkeln aus beleuchtet

Während die Vase im ersten Foto noch ihre Originalfarbe zeigen kann,verlieren die orangegelben Muster im zweiten Foto durch Verlagerung des Leuchtmittels nach hinten ihre Wirkung und erscheinen schwarz.
Eine einseitige Beleuchtung der Vase bewirkt wie im dritten Foto der Abbildung dargestellt eine einseitige Farbverzerrung. Im vierten Foto scheint zwar die gesamte Vase gleichmäßig ausgeleuchtet, dennoch bewirkt die Beleuchtung von oben, dass ihre Farben zu intensiv und somit nicht dem Naturzustand entsprechend wahrgenommen werden.

Die Art der Beleuchtung muss sich demnach idealerweise immer an die Eigenschaften des Exponates anpassen. Während Ausstellungsstücke aus Metall durch gerichtetes Licht zum Glanz erstrahlen, entfalten Gegenstände aus Glas meist eher bei diffusem Licht ihre ganze Wirkung.[100]

Daneben gibt es aber auch Exponate, die gar kein Licht benötigen, da sie selbst als Lichtquelle agieren. So werden heute immer mehr Ausstellungen mithilfe von Projektionen inszeniert. Als wichtigste Regel gilt dabei der Ausschluss jeglichen Tageslichtes.
Auch für klassische Ausstellungsexponate birgt das Tageslicht eine Gefahr. Denn abgesehen von der eventuell verfälschten Darstellung durch eine ungünstige Beleuchtung durch dieses, spielt hier der konservatorische Aspekt eine viel größere Rolle. Sonnenlicht ist nämlich aufgrund des hohen Gehaltes an ultravioletter Strahlung für bestimmte Kunstwerke sehr viel gefährlicher als Kunstlicht. Um Exponate also vor Verfärbung, Austrocknung oder Verformung zu schützen, wird Sonnenlicht meist aus dem Museum ausgesperrt und das

100 Vgl. Ibid., S. 8.

Kunstlicht auf ein Minimum reduziert.[101]

Dennoch kann und sollte das Tageslicht, so Karin Graf, nicht ganz aus dem Museum ausgeschlossen bleiben. Denn es wirke nicht nur gegen die Ermüdung des Besuchers und biete diesem einen Bezug zur Außenwelt, sondern könne auch so manches Ausstellungsobjekt „lebendiger" wirken lassen.[102] Durch raffinierte Konstruktionen lässt sich heute ein Museumsraum durchaus mit gefiltertem Tageslicht fluten, ohne dass größere Schäden für die Kunstwerke zu befürchten sind.

Damit eine Ausstellung durch inszenierten Lichteinsatz ihre volle Wirkung entfalten kann, sind außerdem noch einige Grundsatzregeln zu beachten.

So sollte eine Ausstellung zum einen stets einen Wechsel von hellem und dunklen Licht bieten, damit die Ausstellungsdramaturgie nicht zu monoton wirkt.[103] Zum anderen sollten die Übergänge von Hell in Dunkel und andersherum immer stufenweise erfolgen, sodass sich die Augen des Besuchers allmählich an die neue Beleuchtungsstärke gewöhnen können.[104]

Jegliche Reflexionen und Spiegelungen auf Glas, Vitrinen oder Bildschirmen sollten weitgehend vermieden werden. Entspiegeltes Glas oder Beleuchtung von Innen kann dabei als Hilfsmittel dienen.

Daneben darf es keine Blendungen durch zu grelles Licht oder durch in Blickrichtung des Besuchers gerichtete Strahlen geben.[105]

Grundsätzlich gilt auch, dass man Schlagschatten eher vermeiden sollte. Dennoch kann man das Zusammenspiel von Licht und Schatten als eines der interessantesten inszenatorischen Elemente bezeichnen. Denn durch ihre Verbindung kann man innerhalb der Ausstellung ganze Räume schaffen. Man kann Grenzen setzen und sie wieder aufheben[106]. Man kann etwas andeuten und verdeutlichen. Und man kann etwas zum Leben erwecken und damit faszinieren.

101 Vgl. Ibid., S. 22.
102 Vgl. Graf, „Der Einfluss des Hintergrundes auf die Farbwahrnehmung von Kunstwerken", S. 31.
103 Vgl. Dernie, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, S. 136.
104 Vgl. Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen*, S. 12.
105 Vgl. Flügel, *Einführung in die Museologie*, S. 124f.
106 Vgl. Ibid.

5.3.5 Mit Farben emotionalisieren

Farben bestimmen das Leben und das Wohlbefinden eines jeden Menschen. So ist es nicht verwunderlich, dass auch bei der Gestaltung einer Ausstellung Farben eine große Rolle spielen.

Wie in Kapitel 5.3.4 bereits erwähnt, können Ausstellungstücke, die in raffinierter Weise ausgeleuchtet werden in ihrer ganzen Farbenvielfalt erstrahlen und auf diese Weise anziehend wirken. Doch auch die Färbung der Ausstellungsumgebung, d.h. die der Wände, Decken oder anderer räumlicher Elemente ist von großer Wichtigkeit für die Wirkung der Exponate.
Welche Farbe hierbei zum Einsatz kommen sollte ist umstritten. Während man bis ins späte 19. Jahrhundert die Galeriewände noch mit roten Wandstoffen überzog und eine Ausstellung somit repräsentativ sowie aristokratisch zu wirken hatte, fand sich am Anfang des 20. Jahrhunderts allmählich die Farbe Weiß in den Museen ein.[107]
Leicht fiel diese Farbumstellung allerdings nicht, denn Kritiker befürchteten, die neutrale Farbe könne den Bildungsauftrag eines Museums nicht tragen und man müsse daher schleunigst zum für das Kunstwerk unterstützend wirkenden, farbigen Hintergrund zurückkehren.[108] Der Kunsthistoriker und einer der einflussreichsten Museumsdirektoren seiner Zeit, Alexander Dorner, äußerte sein Unbehagen den weißen Museumswänden gegenüber, indem er „das Kunstwerk, [welches] durch einen neutralen Hintergrund isoliert, einem Fisch auf dem trockenen Lande vergleichbar“[109] machte.
Nichtsdestotrotz setzte sich die Farbe Weiß -womöglich angetrieben durch den Wunsch der zu jener Zeit agierenden Künstler- auf Museumswänden durch.

Heute gehören auch Schwarz und Grau zu den Standardfarben der musealen Gestaltung.
Schaut man sich die Ergebnisse von Umfragen zum Thema Farbwirkung an, so ist

107 Vgl. Scholl, Julian, „Funktionen der Farbe. Das Kronprinzenpalais als farbiges Museum“, *Museumsinszenierungen. Zur Geschichte der Institution des Kunstmuseums. Die Berliner Museumslandschaft 1830-1990*, Hg. Alexis Joachimides et al., Dresden: Verlag der Kunst 1995, S. 206 – S. 219, S. 206.
108 Vgl. Ibid., S. 216.
109 Ibid., S. 206.

diese Tatsache nicht verwunderlich. Denn wenn einzelnen Farben bestimmte Gefühle oder Erfahrungen zugeordnet werden sollen, so entscheiden sich -wie in einer Umfrage von Eva Heller dargestellt- bei dem Begriff „Neutralität“ ganze 63 Prozent der Befragten für Weiß und die restlichen 37 Prozent für Grau.[110]

	WEIß	GRAU	SCHWARZ
Neutralität	X	X	
Funktionalität	X	X	X
Leere	X	X	X

Abb. 8: Ausschnitt der Umfrageergebnisse zum Thema „Farbwirkung“ von Eva Heller

Keine andere Farbe wird bei dem Begriff „Neutralität“ in Erwägung gezogen.
Soll die Farbe für „Funktionalität“ bestimmt werden, so entscheidet sich wieder der Großteil der Befragten mit insgesamt 34 Prozent für Weiß. 25 Prozent der Befragten wählten unterdessen Grau auf den zweiten Rang und knapp dahinter mit 23 Prozent wurde von ihnen Schwarz als funktional angesehen. Nur ein Bruchteil der insgesamt 1888 Befragten entschied sich dabei für andere Farben.[111]
Der Begriff „Leere“ wird von 44 Prozent mit der Farbe Schwarz assoziiert, wohingegen Grau und Weiß von jeweils 25 Prozent in diesem Zusammenhang genannt werden.[112]

Während Farben wie Blau, Rot und Grün zu den Lieblingsfarben der einzelnen Befragten ernannt wurden, können sich Weiß, Grau und Schwarz nur bei den oben genannten Begriffen die ersten Ränge teilen. Dass eben diese „Anti“-Farben heute zu den meistbenutzten Farben bei der Ausstellungsgestaltung im Museum zählen, scheint jedoch selbsterklärend zu sein. Denn obwohl diese Farben nicht zu den Lieblingsfarben der Besucher gehören, sagen sie offensichtlich dennoch etwas aus, ohne dabei störend zu wirken.

Nichtsdestotrotz durchbrechen viele Museen heute diesen Farbcode und gestalten ihre Ausstellungen je nach inszenatorischer Intention. Dabei bedienen sich konventionelle Häuser eher der dunklen und gedämpften Farben, während

110 Vgl. Heller, Eva, *Wie Farben wirken. Farbpsychologie-Farbsymbolik-Kreative Farbgestaltung*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1989, S. 17ff.
111 Vgl. Ibid.
112 Vgl. Ibid.

„kommerzielle“ Ausstellungen öfter auf bunte und saftige Farben zurückgreifen.[113]

Grundsätzlich gilt, dass Farbe im Museum nicht nur Einfluss auf die Wirkung von Exponaten hat, sondern durch gängige Tricks auch den architektonischen Charakter eines Raumes verändern kann. Raumteile, die hervortreten sollen, wirken in warmen oder dunklen Farben am besten. Sollen Raumteile hingegen eher zurücktreten, erreicht man dies mit kalten oder hellen Farben.[114]

So wirkt der Raum in Abbildung 9 durch das dunkle Blau an der Stirnwand und die im kühlen Weiß gehaltenen Seitenwände optisch erweitert.

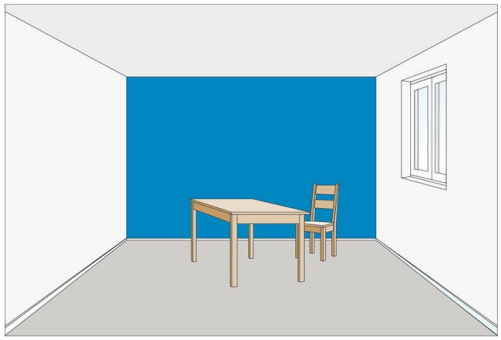

Abb. 9: Raum durch Farbe optisch erweitert

Durch die Färbung der Decke in eine dunkle Farbe kann man dagegen einen Raum, wie beispielhaft in Abbildung 10 zu sehen, scheinbar erniedrigen.

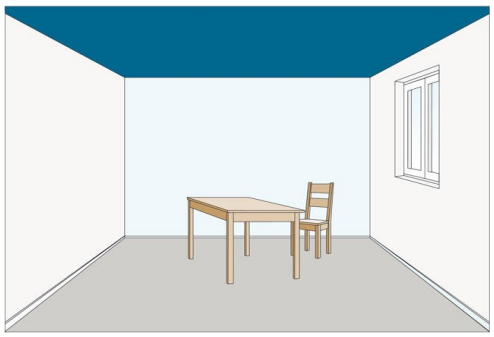

Abb. 10: Raum durch Farbe optisch erniedrigt

Besonders in Museen mit Wechselausstellungen ist diese Art von Farbeinsatz von großer Wichtigkeit. Denn nur so lassen sich mit einem relativ kleinen technischen sowie finanziellen Aufwand aus einem Raum optisch immer wieder neue Räume schaffen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Farbgestaltung im Museum auf mehreren Ebenen greift und daher einen immens hohen Stellenwert besitzt.
Die Tatsache, dass Farben beim Menschen eine psychische Wirkung haben und entsprechende Empfindungen und Reaktionen auslösen, wird bei der Gestaltung musealer Ausstellungen heute mehr denn je berücksichtigt.[115]

113 Vgl. Dernie, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, S. 163.
114 Vgl. Frieling, Heinrich, *Psychologische Raumgestaltung und Farbdynamik*, Göttingen: Musterschmidt ³1956, S. 13.
115 Vgl. Flügel, *Einführung in die Museologie*, S. 126.

Besonders Museen mit inszenatorischem Inhalt benutzen Farben um unterschwellig und dennoch effektiv mit dem Besucher zu kommunizieren und somit sein Besuchserlebnis zu verstärken.[116]

5.3.6 Mit Texten erklären

Egal wie komplex oder simpel eine museale Ausstellung aufgebaut sein mag, sie bedarf immer einer gewissen Erklärung. Diese Erklärung liefern Texte, die in verschiedenen Ausführungen den Besucher im Museum begleiten und heute „zum Kerngeschäft des Ausstellens“[117] gehören.

Dabei ist der Text ein relativ flexibles Medium, welches meist nur mit einem kleinen technischen Installationsaufwand verbunden ist und sich daher verhältnismäßig kostengünstig in jede Ausstellung eingliedern lässt.[118]

Um eine möglichst klare Informationsvermittlung zu gewährleisten, gibt es im Museum unterschiedliche Textarten, die auf verschiedenen Vermittlungsebenen agieren. Diese Vermittlungsebenen sind dabei in einer Hierarchie geordnet, die sich aus dem absteigenden Informationsinhalt einer jeden Ebene ergibt.[119]

Evelyn Dawid und Robert Schlesinger nennen hierzu drei Sorten von Texten, die als Mindeststandard in jeder Ausstellung vorhanden sein sollten: die *Objektkennung*, den *Objekttext* sowie alle *Übergeordneten Texte*.[120]

116 Vgl. Dernie, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, S. 160.
117 Kos, Wolfgang, „Müssen Beschriftungen auf dem Boden kleben? Über das anhaltende Desinteresse der Ausstellungsgestalter am Text-Management“, *Design bestimmt das Bewusstsein. Ausstellungen und Museen im Spannungsfeld von Inhalt und Ästhetik*, Hg. Karl Stocker/Heimo Müller, Wien: Turia + Kant 2003, S. 77 – 83, S. 82.
118 Vgl. Schöner, Birgit, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen. Theorie und praktische Umsetzung am Beispiel *echophysics Pöllau: Strahlung – der ausgesetzte Mensch“,* Dipl. Arb., Karl-Franzens-Universität Graz, Institut für Physik 2011, S. 20.
119 Vgl. Ibid., S. 47.
120 Vgl. Ibid., S. 48.

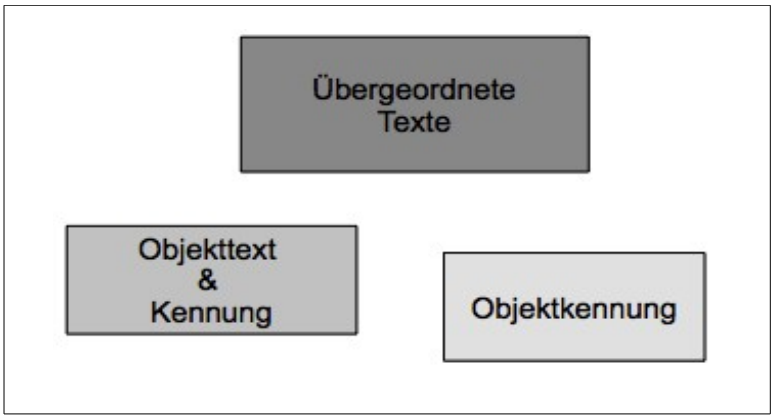

Abb. 11: Minimale Texthierarchie im Museum nach Dawid und Schlesinger

Während die *Objektkennung* über knappgehaltene Angaben, wie Titel, Herkunft, Datierung und Material des Objektes nicht hinausgehen, enthält der *Objekttext* auch kurze Erläuterungen. Diese können den Besucher dabei beispielsweise über die Relevanz des Exponates für die gesamte Ausstellung aufklären.[121] Werner Hanak-Lettner bezeichnet den Objekttext als einen „legitimen Schwindelzettel", der oftmals erst den Dialog zwischen Besucher und Exponat in Gang bringt.[122]
An oberster Stelle und somit am informationsreichsten nennen Dawid und Schlesinger die *übergeordneten Texte*. Diese Texte können unter anderem als Einführungstexte, Begrüßungstexte, Objektgruppentexte, Saaltexte oder aber Abteilungstexte in Erscheinung treten und beinhalten eine ausführliche Erklärung über jegliche Zusammenhänge sowie den Hintergrund und Kontext der Ausstellungsstücke.[123]

Texte können jedoch viel mehr als nur über Ausstellungsinhalte aufklären. Geschickt gestaltet und positioniert, können sie von Kuratoren intendierte Botschaften rüberbringen. Sie können als eine Art Bedienungsanleitung fungieren, die die „Regeln" der Ausstellung erläutert und somit den Schlüssel zum Verständnis von Ausstellungsinhalten liefert. Daneben können Texte vorhandenes Wissen der Besucher aktivieren und neues anregen. Auch kann der rote Faden einer Ausstellung oft erst durch sie erkennbar werden.[124]

121 Vgl. Schlutow, Martin, „Objekte und ihre Texte. Überlegungen zur sprachlichen Strukturierung historischen Lernens im Museum", *Sprache und Geschichte,* Hg. Saskia Handro/Bernd Schönemann, Berlin: LIT 2010, S. 189 – 201, S. 194f.
122 Vgl. Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama*, S. 106.
123 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen", S. 48.
124 Vgl. Ibid., S. 20.

Bei so vielen Fähigkeiten ist es nicht verwunderlich, dass der Einsatz von Texten auch Probleme bereiten kann.

Der größte Kritikpunkt ist dabei, dass es heute oftmals zu viele Texte in Museen gibt. Dabei sind es gerade die erläuternden Texte, die überflüssigerweise zu sehr ins Detail gehen können und damit dem Besucher jegliches Weiterdenken abnehmen. Monika Müller-Rieger plädiert für eine Gestaltung von Ausstellungen, die trotz Erklärungen noch Bilder im Kopf der Besucher anregen, denn „nur diese Bilder […] nehmen die Besucher mit nach Hause. Entscheidend für ihre Wirkung ist unsere Bereitschaft, etwas offen zu lassen. Das 'Alles-erklären-wollen' ist langweilig.“[125]

Auch Werner Hanak-Lettner fordert, dass dem Besucher die Möglichkeit eingeräumt wird ihre eigenen „Scripts“[126] zu erstellen. Diese Drehbücher entfalten ihre Wirkung, wenn sie aus einer guten Mischung von persönlichen Erfahrungen des Besuchers und aufs Wichtigste begrenzter Information, die das Museum bietet, bestehen.[127]

Werden Textinhalte und -mengen hingegen nicht eingeschränkt, wird oft mit Überforderung reagiert. Denn jeder Besucher verweilt nur eine begrenzte Zeit im Museum und widmet sich im Durchschnitt nur etwa 20 bis 40 Sekunden einem Ausstellungsobjekt. Sobald die Texte aus diesem Zeitbudget herausfallen, werden sie häufig nurmehr als Begleiterscheinungen wahrgenommen.[128] Dabei gibt es deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Besuchergruppen. So befassen sich beispielsweise Einzelbesucher viel detaillierter mit Texten, während größere Gruppen diese oftmals ignorieren.[129]

Es ist eine Tatsache, dass kaum ein Besucher alle Texte im Museum liest, wohl aber die für den einzelnen am interessantesten wirkenden. Deshalb sind Kuratoren heute mehr denn je bestrebt, Texte so zu schreiben und zu platzieren, dass sie universal interessant erscheinen. Doch wie sollte ein Text aussehen, der nicht nur

125 Müller-Rieger, Monika, „Ausstellungsdesign: Eine Brücke zum Besucher“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 43 – 62, S. 58.
126 Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama*, S. 187.
127 Vgl. Ibid.
128 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen“, S. 21.
129 Vgl. Ibid., S. 22.

zum Lesen anregt, sondern auch den Titel eines Inszenierungswerkzeuges verdient? Im Folgenden sollen dazu die wichtigsten Merkmale eines mustergültigen Ausstellungstextes dargestellt werden.

5.3.6.1 Verständlichkeit

Wie im vorhergegangenen Text festgestellt, hat ein Museumsbesucher nur begrenzt Zeit, um sich auf die Ausstellungsobjekte sowie ihre Beschriftungen zu konzentrieren. Damit Texte schneller erfasst werden können und nicht etwa anstrengen, bedarf es zunächst einmal einer Verständlichkeit dieser Texte.[130]

Seit jeher beschäftigen sich Sprach- und Kommunikationswissenschaftler mit der „Zauberformel“ für verständliche Texte. Norbert Groeben ist einer von ihnen und hat ein konkretes Konzept erarbeitet, welches die wesentlichen Merkmale zur Optimierung von Verständlichkeit beinhaltet. Dieses besagt, dass sich die Verständlichkeit von Texten aus vier Bestandteilen zusammensetzt, nämlich der *sprachlichen Einfachheit*, *semantischen Redundanz*, *kognitiven Strukturierung* sowie dem *konzeptuellen Konflikt*.[131]

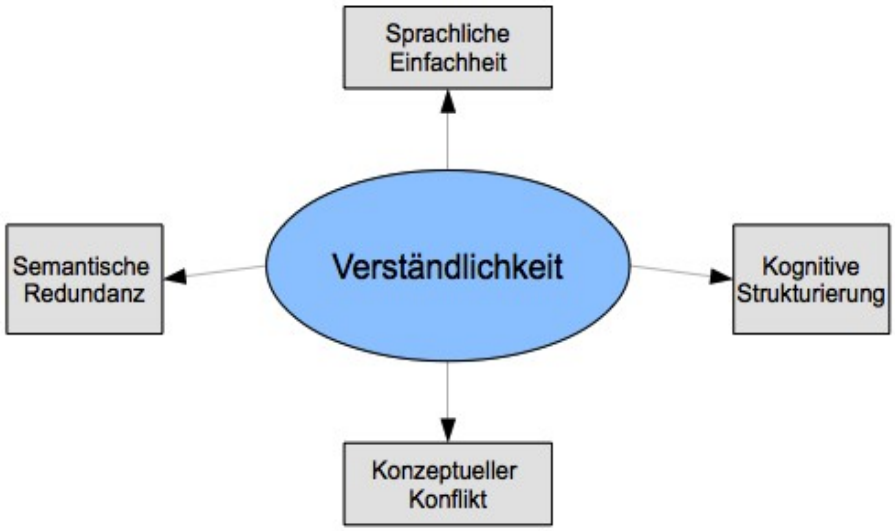

Abb. 12: Verständlichkeitskonzept nach Norbert Groeben

Unter *sprachlicher Einfachheit* sind dabei sowohl die Wortwahl als auch der

130 Vgl. Ibid., S. 26.
131 Vgl. Ibid., S. 32.

Satzbau zu verstehen. Es wird empfohlen nach Möglichkeit geläufige Worte zu verwenden und auf Fremdwörter sowie Fachausdrücke weitgehend zu verzichten. Die Satzkomplexität sollte auf ein Minimum reduziert werden, indem nur kurze und grammatikalisch einfache Sätze ohne Verschachtelungen zum Einsatz kommen.[132] Ebenso darf, so Wolfgang Kos, auch keinesfalls ein Expertenwissen vorausgesetzt werden.[133]

Als zweites Merkmal des verständlichen Textes nennt Groeben die *semantische Redundanz*, welche ein angemessenes Verhältnis zwischen der Länge eines Textes und seinem Informationsziel meint. Dabei ist darauf zu achten, dass keine unnötigen Einzelheiten, Füllwörter, Wiederholungen, umständliche Ausdrucksweisen oder überflüssige Zusatzinformation verwendet werden.[134] Besucher erfreuen sich an Texten, die gleichzeitig informativ und knapp sind.
Je nach Situation kann es jedoch auch vorkommen, dass eingebundene Beispiele oder Ähnliches ein komplexes Thema besser erklären können und daher, obwohl sie die semantische Redundanz erhöhen, durchaus Sinn machen.[135]

Die *kognitive Strukturierung* ist laut Birgit Schöner das komplexeste Merkmal innerhalb Groebens Konzept.[136] Vereinfacht ausgedrückt, meint er damit die innere und äußere Gliederung eines Textes, die dem Leser neue Information so zugänglich macht, dass dieser sie in einen sinnvollen Zusammenhang mit seinem vorhandenen Wissen bringen kann. Dazu muss ein Text unter anderem folgendes beinhalten:

- **Vorstrukturierungen,** die beispielsweise übergeordnete Konzepte, in die die darauffolgende Information eingeordnet werden kann, darstellen

- **Sequentielles Arrangieren,** welches eine sinnvolle Reihenfolge des dargestellten Inhaltes gewährleistet

132 Vgl. Ibid., S. 32f.
133 Vgl. Kos, „Müssen Beschriftungen auf dem Boden kleben?“, S. 80.
134 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen“, S. 33.
135 Vgl. Ibid.
136 Vgl. Ibid.

- **Zusammenfassungen**, die am Ende eines Textes beispielsweise die Zusammengehörigkeit der vorangegangenen Information zu bestimmten Konzepten verdeutlichen

- **Überschriften**, **Hervorhebungen** und **Unterstreichungen**, die als grafische Auffälligkeiten Klarheit oder Unterscheidungen innerhalb eines Textes aufzeigen

- **Eingestreute Fragen**, die den Leser zum Lernen motivieren[137]

Das vierte und letzte Merkmal von Groebens Konzept basiert auf der Neugierdetheorie von D. E. Barlyne. Der *konzeptuelle Konflikt* bewirkt demnach eine Steigerung der Lesemotivation, indem der Leser mit für ihn verwirrender oder irritierender Information konfrontiert wird. Dabei verspürt der Leser den Reiz den Text weiterzulesen, um für sich selbst Klarheit zu schaffen bzw. eine Auflösung zu finden.[138] Ein Beispiel hierfür bietet Wolfgang Kos, der sich im Wiener MAK bei einer Keramikausstellung des Künstlers Franz Josef Altenburg mit den fettgedruckten Worten „Ich verstehe schon, dass die Keramik verachtet wird" konfrontiert sah.[139] Aus Neugierde und voller Irritation las er und wohl auch die meisten anderen Besucher den einleitenden Wandtext zu Ende.
Der *konzeptuelle Konflikt* und die daraus resultierende Reaktion des Besuchers ist ein wichtiges Tool bei der Gestaltung von inszenierten Ausstellungen. Denn er bildet eine weitere Ebene, die den Besucher auf unterschwellige Art und Weise in ihren Bann ziehen kann.

5.3.6.2 Optische Gestaltung

Egal wie verständlich ein Text auch sein mag, ohne eine ansprechende optische Präsentation werden ihn nur die wenigsten Besucher unter die Lupe nehmen. Dafür gilt es den Text zunächst einmal leserlich zu gestalten.

137 Vgl. Ibid., S. 34f.
138 Vgl. Ibid., S. 36.
139 Vlg. Kos, „Müssen Beschriftungen auf dem Boden kleben?", S. 79.

Schwarze Schrift auf weißem Grund wird dabei allgemein als gut leserlich empfunden. Im Museum darf aber auch -wenn auch im zurückhaltenden Ausmaße- Farbe verwendet werden. Mithilfe dieser können dann wichtige Textstellen betont oder Besonderheiten hervorgehoben werden.[140]

Auch bei der Schriftgröße gibt es gewisse Normen, die jedoch je nach Texttafel variieren und in Ausnahmefällen auch missachtet werden können. Grundsätzlich gilt aber ein Richtwert von mindestens 48 Punkt bei Überschriften und etwa 36 Punkt bei Haupttexten. Der Zeilenabstand fällt je nach Schriftgröße unterschiedlich aus, wobei zwei Punkte Zeilenabstand auf je sechs Punkte Schriftgröße gerechnet werden sollten.[141]

Bei der optischen Gestaltung von Texten sei laut Peter Kolb ebenso darauf zu achten, dass die Schriftart immer gleich bleibt, da es sonst unerwünschte Irritationen sowie Unsicherheiten seitens der Besucher mit sich bringen könnte.[142] Diese Richtlinien sind allgemein anerkannt und gelten sowohl für klassische als auch inszenierte Ausstellungen. Dabei legen inszenierte Ausstellungen oft einen besonderen Wert auf das Zusammenspiel von Optik und der intendierten inhaltlichen Aussage eines Textes. So kann es beispielsweise vorkommen, dass für die Ausstellungstexte eine Schriftart gewählt wird, die in der Epoche der präsentierten Exponate üblich war etc. Der Grafik-Designer Robert Six bemerkt dazu:

> „Jede Schriftart erzeugt eine eigene Stimmung und versetzt in neue Welten. Dieses Phänomen hat zwei Auslöser. Zum Ersten einen formal-assoziativen, durch den die Typographie seiner Umgebung eine Eigenschaft verpasst: verspielt, nüchtern, blumig, distanziert etc. Zum Zweiten einen geschichtlich-konnotativen, der einzelne Schrifttypen verschiedenen Zeiten […] zuordnet. Somit können bereits durch vereinzelt eingesetzte Schriftelemente unterschiedlichste Stimmungen in Ausstellungsräumen erzeugt oder ein inszeniertes Ambiente unterstützt werden.“[143]

140 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen“, S. 45.
141 Vgl. Ibid., S. 45.
142 Vgl. Kolb, „Selber Ausstellungen gestalten – Aspekte und Anregungen für Lehrer“, S. 725.
143 Six, Robert, „Ausstellungstypographie – Informieren & Inszenieren“, *Inszenierung und neue Medien. 10 Jahre checkpointmedia: Konzepte, Wege, Visionen*, Hg. Virgil Widrich/Stefan Reiter/Stefan Unger, Wien: Springer 2012, S. 88 – 89, S. 88.

5.3.6.3 Optimale Positionierung

Auch bei der Positionierung von Texten gibt es gewisse Regeln. So sollten Texte immer gut sichtbar und entsprechend ausgeleuchtet sein. Besuchergerechte Positionierung ist dabei das Nonplusultra.

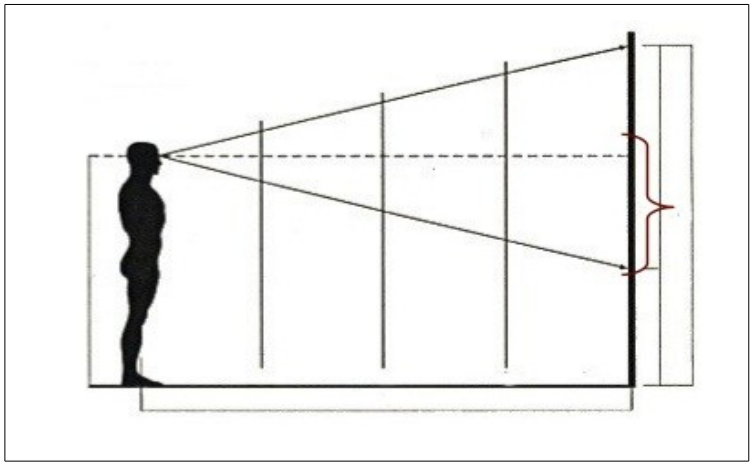

Abb. 13: „Cone of Vision" des Menschen

Wie in Abbildung 13 angezeigt, wird es grundsätzlich empfohlen Texttafeln oder Bildelemente ab einer Höhe von 0,8 Meter bis etwa 1,65 Meter zu positionieren, da sich innerhalb dieses Bereiches das angenehmste Sichtfeld eines durchschnittlich großen Menschen befindet.[144]

Oft werden Einleitungstexte jedoch auch höher angebracht. Dies hängt hauptsächlich damit zusammen, dass ein Einleitungstext in der Regel länger ist und sich vor diesem mehrere Besucher zur selben Zeit sammeln. Um dabei Sichteinschränkungen zu vermeiden, wird diese Art von Texten über der empfohlenen Höhe von 1,65 Meter angebracht. Hierbei sei, so Wolfgang Kos, dennoch darauf zu achten, dass nicht übertrieben wird und die Besucher ohne lästige „Nackenstarre" den Rest der Ausstellung genießen können.[145]

Grundsätzlich gilt es immer eine Nähe zwischen Text und der von ihm beschriebenen ausgestellten Thematik bzw. Exponat einzuhalten. Der Besucher muss zu jeder Zeit wissen, worauf sich ein Text bezieht. Peter Kolb empfiehlt dabei kurze Texte eher rechts neben dem Exponat und längere Texte eher links von diesem zu platzieren. Auf diese Weise soll das Auge immer wieder zum

144 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen", S. 46.
145 Vgl. Kos, „Müssen Beschriftungen auf dem Boden kleben?", S. 83.

Ausstellungsobjekt zurückgeführt werden.[146]

Daneben gibt es in Ausstellungen auch immer Texte, die keine Wandtexte sind und dennoch eine enge Beziehung zu den Ausstellungsobjekten ausweisen. Diese Texte können unter anderem in Form von **Katalogen**, **Broschüren** oder **Handouts** auftreten. Die ausführlichste Informationsfläche bietet dabei ein Katalog, der sich auf einer wissenschaftlichen Basis detaillierter mit dem Ausstellungsthema befasst. Broschüren hingegen werden oft dort eingesetzt, wo sich Texttafeln aus ästhetischen oder architektonischen Gründen nicht integrieren lassen. Sie beinhalten jegliche Informationen zu den Ausstellungsflächen und -objekten, die normalerweise auf den Wandtafeln zu finden wären. Die Handouts sind im Grunde nichts weiter als kopierte Blätter, die zur freien Entnahme oft am Eingang eines Ausstellungsabschnittes zu finden sind. Auch sie bieten detailliertere Informationen zur Ergänzung von Wandtafeln, allerdings sind sie im Gegensatz zum Katalog einfacher und sehr viel knapper verfasst.[147]

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es im Museum eines professionellen Text-Managements bedarf. Denn gänzlich ohne Erläuterungen bleiben die Ausstellungsobjekte stumm, durch unsachgemäße Erläuterungen jedoch ebenso.
Nicht immer ist es ein Muss sich an Normen der Textgestaltung zu halten. Je nach Ausstellungsinhalt können verschiedene Möglichkeiten richtig oder falsch sein. Zu bedenken ist jedoch immer, dass Texte eine große Rolle zur Kommunikation zwischen Exponat und Besucher beitragen. Besonders im Rahmen einer inszenierten Ausstellung können raffinierte Texte ein Objekt erst zum faszinierenden Charakter innerhalb einer Geschichte aufladen.

5.3.7 Mit Navigations- und Orientierungshilfen leiten

Jeder Mensch ist mit einem Orientierungssinn ausgestattet. Daher kann er sich in einem gewissen Ausmaße in einer Ausstellung ebenso wie in einer fremden Stadt

146 Vgl. Kolb, „Selber Ausstellungen gestalten – Aspekte und Anregungen für Lehrer“, S. 724.
147 Vgl. Schöner, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen“, S. 51f.

oder etwa einem Park auf seine Fähigkeiten verlassen.[148]

Dennoch müssen jedem Museumsbesucher bei seinem Aufenthalt Navigations- und Orientierungshilfen geboten werden. Denn sie helfen ihm dabei sein oftmals limitiertes Zeitbudget einzuteilen und versorgen ihn somit mit Entspannung sowie einem Gefühl von Sicherheit.

Neben allgemein bekannten Orientierungshilfen, wie Schildern für Ein- und Ausgang oder richtungsweisenden Pfeilen, sind laut Werner Hanak-Lettner innerhalb inszenierter Ausstellungen jene Orientierungshilfen am wirkungsvollsten, die als solche gar nicht erst wahrgenommen werden. Dabei können Ausstellungsmacher auf Erkenntnisse und Tricks aus der Stadtplanung zurückgreifen.[149] Als Beispiel hierfür nennt Christian Mikunda die Möglichkeit von einer erhöhten Ebene auf die tiefer liegende Ausstellungsfläche zu schauen, denn „alle Menschen reagieren zum Beispiel auf hohe Türme mit dem unbezwingbaren Verlangen hinauszusteigen, um dann das Gelände von oben zu mustern“[150]. Hat der Besucher erst einmal einen Blick von oben, kann er vielleicht auch noch etwas entdecken, was ihm vorher gar nicht aufgefallen ist. Erhöhte Ebenen können vielfältig ausschauen. Wichtig dabei ist nur, dass sie sich in die Gesamtinszenierung einfügen bzw. diese nicht stören.

Einen guten Überblick erhalten Besucher auch mithilfe von Karten. Diese können je nach Ausstellung als Handouts oder aber auch als Wandtafeln in Erscheinung treten. Bei den meisten inszenierten Ausstellungen ist die Navigation durch die gegebene Narration der Ausstellung vorgegeben. Dennoch können Karten durchaus sinnvoll sein. Am Anfang einer Ausstellung können sie dem Besucher beispielsweise einen klaren Überblick über den Ausstellungsraum bieten und ihn somit auf kommende Inhalte vorbereiten. Sind Karten und andere Orientierungshilfen dabei interessant gestaltet und wirkungsvoll in die Inszenierung eingebaut, können sie das Interesse des Besuchers auf sich ziehen und seine Abenteuerlust beim Durchschreiten der Ausstellung wecken.

148 Vgl. Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama*, S. 177.
149 Vgl. Ibid., S. 179.
150 Mikunda, *Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung*, S. 60.

5.3.8 Mit Medien evozieren

Medieneinsatz ist im heutigen Museum zur Alltäglichkeit geworden. Kaum ein Museum entscheidet sich gegen designte Audio-Erlebnisse, Videoeinspielungen oder multimediale Instrumente. Dabei spielt die Interaktivität und die daraus resultierenden Lernerfahrungen eine besondere Rolle.

Während Videoeinspielungen heute zwar noch immer als Highlight in Museen aufscheinen, gilt das *Video* dennoch als ein schwieriges Medium. Zum einen, weil es zu seiner vollen Wirkungsentfaltung einen abgetrennten, störungsfreien Bereich benötigt. Diese sogenannten Blackboxes können dabei jedoch störend in die Ausstellungsinszenierung eingreifen und oftmals, so Stella Rollig, eine klaustrophobische Wirkung auf den Besucher ausüben.[151] Andererseits gelten Videos aber auch als ein Medium, das den Besucher zwangsläufig zur Passivität zwingt und deshalb nur bedingt einsatzfähig ist.[152]

Geschickt eingesetzt können Videos dennoch zur Inszenierung einer Ausstellung beitragen. Besonders historische Ereignisse können beispielsweise durch nachgespielte Szenen oder Aufnahmen von Zeitzeugen als V i d e o s wiedergegeben werden. Daneben können aber auch bestimmte Sachverhalte oder Phänomene wirkungsvoll in Szene gesetzt werden. Als Beispiel hierfür wäre die Ausstellung „Vision of Japan“ im Victoria and Albert Museum London zu nennen. Die von Toyo Ito gestaltete Installation „Dreams“ bestand dabei aus aneinander geschnittenen, im unterschiedlichen Zeitraffer ablaufenden

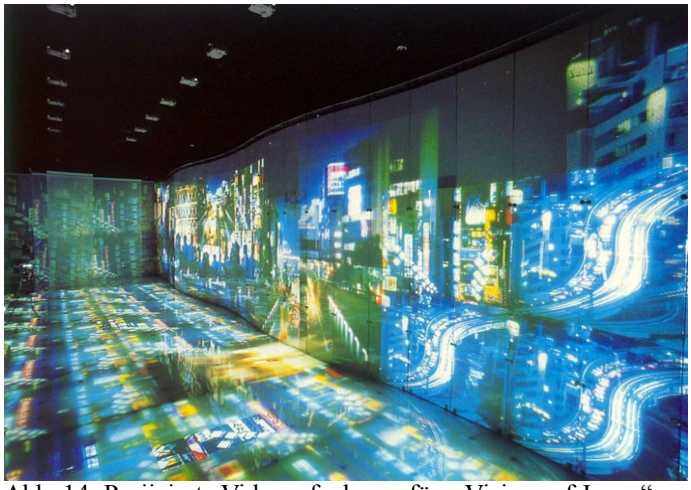

Abb. 14: Projizierte Videoaufnahmen für „Visions of Japan“

151 Vgl. Rollig, Stella, „Video als Zumutung. Fallbeispiel <HERS>: Zum Ausstellen zeitgebundener Kunst“, *Design bestimmt das Bewusstsein. Ausstellungen und Museen im Spannungsfeld von Inhalt und Ästhetik*, Hg. Heimo Müller/Karl Stocker, Wien: Turia + Kant 2003, S. 11 – 24, S. 14.

152 Vgl. Dernie, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, S. 10.

Videoaufnahmen, die das städtische Leben Tokios und die damit verbundene Hektik verbildlichen sollten. Der Besucher wurde dabei von allen Seiten mit den blinkenden Bildern konfrontiert und sollte sich auf diese Weise sowohl der Faszination hingeben als auch der Verantwortung im Umgang mit der schnelllebigen Stadt bewusst werden können.[153]
Videoeinsatz dieser Art kann einen Eindruck hinterlassen und ist eine interessante Abwechslung zum klassischen Ausstellungsobjekt.

Auch *Audiomedien* können wirkungsvoll in die Gesamtinszenierung einer Ausstellung integriert werden. Wenn eine Ausstellung allerdings neben einer Geräuschkulisse auch auf ruhige Ausstellungsbereiche setzt, kann der Audioeinsatz durchaus störend wirken. Deshalb ist der Gebrauch dieser immer mit einem gewissen Aufwand verbunden.
So sollten Ausstellungsbereiche, die einen Sound benötigen, generell isoliert werden. David Dernie empfiehlt hierfür die Verwendung sogenannter „akustischer Lobbies".[154] Diese Lobbies sind dabei meist kleinere Raumabschnitte oder Begrenzungen, die als Trennräume der Geräuschdimmung dienen. Eine weitaus einfachere Variante den Geräuschpegel unter Kontrolle zu halten, bieten hingegen Kopfhörer. Diese sind mit einem geringeren Installationsaufwand verbunden und können flexibel eingesetzt werden.

Übergreifend einsetzbar sind auch Audioguides. Diese tragbaren und relativ dezent klingenden Geräte gelten trotz hoher Anschaffungs- und Instandhaltungskosten als generelle Bereicherung für eine jede Ausstellung.[155] Denn sie liefern, laut Andreas Urban nicht nur reine Informationen zu den einzelnen Exponaten, sondern „lenken das Sehen und ermöglichen ein anderes wissendes Sehen"[156].
Besonders im Rahmen von inszenierten Ausstellungen können raffiniert gestaltete Audioguides dem Besucher einen sowohl unterhaltsamen als auch einen

153 Vgl. Azara, Pedro/Carlos Guri Harth, *Bühnen und Ausstellungs-Architektur*, Stuttgart/ München: DVA 2000, S. 118f.
154 Vgl. Ibid., S. 163.
155 Vgl. Urban, Andreas, „Sehen, Hören und Verstehen. Historisches Lernen mit Audioguides im Museum", *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 491 – 501, S. 491.
156 Ibid., S. 499.

tiefgreifenden und auf Wissen abzielenden Zugang zur ausgestellten Thematik bieten.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Audio-Erlebnisse im Museum zwar ihren Platz finden, der Umgang mit ihnen jedoch ein relativ scheuer ist. Nur selten gewährt man dem Ton seine volle Entfaltung. Dabei kann dieser ein sehr wirkungsvolles Inszenierungsinstrument sein. Denn im Gegensatz zu Bildern, die laut Mathias Michel alleine nicht bestehen können, kann der Sound auch ohne Bilder sehr viel bewirken.[157] Ebenso wie im Film können beispielsweise Musik oder bestimmte Geräusche innerhalb einer Ausstellung die Empfindung der Besucher sensibilisieren und auf diese Weise die Beziehung zu der ausgestellten Thematik immens verstärken.

Als modernstes Inszenierungsinstrument im Bereich der Medien ist an dieser Stelle schließlich noch *Multimedia* zu nennen. Installationen auf multimedialer Basis gehören im heutigen Museum zur Standardausrüstung und kommen immer dann zum Einsatz, wenn das natürlich Ausgestellte über Weiten, die die physikalischen Begrenzungen des Ausstellungsraumes sprengen, hinausgedehnt werden soll.[158]
Aufgrund ihrer Vielseitigkeit und nicht zuletzt wegen der interaktiven Aspekte sind sie bei den meisten Besuchern sehr beliebt. Dennoch gibt es immer wieder kritische Stimmen, die sich gegen den Einsatz von Multimedia im Museum aussprechen.
Die größte Sorge dabei fällt dem Verschwinden der klassischen Ausstellungsobjekte zu. So werden besonders moderne Wissenschaftsmuseen dafür verantwortlich gemacht, dass der heutige Besucher mit Ausstellungsobjekten in Berührung kommt, die er zwar anfassen kann, sie sich letztendlich in seiner Hand jedoch nur „als bloße Hilfsmittel ohne auratische Wirkung“[159] erweisen. Befürworter multimedialer Installationen sprechen sich hingegen dafür aus, dass das interaktive Wesen von Multimedia sehr wohl eine

157 Vgl. Michel, Mathias, „MultiMedia als Präsentationsform“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 79 – 99, S. 89.
158 Vgl. Klein, *Expositum*, S. 103.
159 Ibid., S. 93.

bleibende Wirkung hat und die Kommunikation zwischen den Exponaten und dem Besucher durch sie wesentlich gefördert werden kann.[160]
Um die Intensität der dabei gewonnen Erfahrung zu verdeutlichen, bedient sich Brigitte Kaiser eines Zitates des berühmten chinesischen Philosophen Konfuzius, der bereits vor knapp 2500 Jahren folgendes festgestellt haben soll: „Erkläre mir und ich vergesse. Zeige mir und ich erinnere, lass es mich tun und ich verstehe.“[161]

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Multimedia in den heutigen Museen unumgänglich ist, da sie allgemein den Erwartungen der heutigen Gesellschaft entspricht. Damit sie nützliche Auswirkungen auf den Besucher haben kann, ist eine hochwertige Contentbespielung sowie sinnvolle Einbindung in den Rest der Ausstellung von Nöten. Denn im Museum bleibt ein Medium, egal ob Video, Audio oder eben Multimedia ohne eine durchdachte, gehaltvolle Gesamtinszenierung nur ein oberflächliches Unterhaltungsspielzeug.

5.4 Inszenierung des musealen Raumes: Bildung versus Manipulierung?

Die Vielzahl der angewendeten Gestaltungswerkzeuge lässt unweigerlich darauf schließen, dass es für die Inszenierung des musealen Raumes etwaiger Fachleute bedarf. Denn ein gestalterisches Konzept kann seine Wirkung -egal ob positiv oder negativ- oft erst entfalten, wenn es einen Sinn ergibt und eine gewisse fachliche Kompetenz durchscheint.
So beschäftigen sich in vielen Fällen beispielsweise Pädagogen, Designer, Historiker, Medienfachleute, Kommunikationswissenschaftler, Marketingexperten u.v.a.m. mit der Erarbeitung einer Ausstellung.

160 Vgl. Vogel, Brigitte, „Sehen, Fragen, Begreifen: Interaktive Stationen in historischen Ausstellungen“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 101 – 106, S. 104f.
161 Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen*, S. 119.

Die Oberhand über die Gestaltung behält jedoch der Kurator, der mit einer gestalterischen Sensibilität in die intendierte Inszenierungsrichtung weist. Der Kurator ist es, der das Konzept einer Ausstellung erstellt. Man könnte ihn demnach auch als eine Art Autor oder Regisseur bezeichnen[162]. Der Besucher hingegen ist derjenige, der die ihm angebotene Inszenierung aktiv einverleibt oder aber abstößt.

Werner Hanak-Lettner bezeichnet den vom Kuratoren in Gang gesetzten Vermittlungsvorgang, der zwischen inszenierten Raum und dem Besucher erfolgt, als Spiel. In diesem Spiel sucht sich der Kurator Dinge aus, die er beispielsweise mithilfe von Texten auflädt oder aber mäßigt.[163] Die als Mitspieler agierenden Besucher steigen in das Spiel ein und bestimmen dabei was und wie lange sie etwas im inszenierten Raum rezipieren möchten. Sie „erzählen sich das, was sie sehen und was sie sehen wollen, letztlich selbst“[164].
Der Kurator hat bei der Gestaltung des inszenierten Raumes also eingeschränkte Macht. Einerseits kann er zwar die ihm zur Gestaltung überlassenen Exponate so inszenieren, wie es seiner Vorstellung nach am sinnvollsten oder interessantesten erscheint, andererseits kann er nie davon ausgehen, dass die Besucher diese Inszenierung auch als solche annehmen.

In den vergangenen Jahren wurden immer mehr kritische Stimmen zur Rolle des Kurators laut. Ist er wirklich, wie Werner Hanak-Lettner behauptet, nur der „große Abwesende“[165] oder hat er vielleicht doch einen weitaus größeren, negativen Einfluss auf den inszenierten Raum und somit auch auf den Besucher? Kann man heute in inszenierten musealen Räumen mithilfe des Kurators überhaupt noch etwas lernen oder gaukelt uns das Museum nur etwas vor? Ist der Kurator in dem Fall nur ein Scharlatan, der sich der Unterhaltungsindustrie beugt und mit Disney-ähnlichen Inszenierungen bildungsferne Erlebnisse produziert?

Die Diskussion über die Inszenierung von musealen Räumen ist seit einigen Jahren in vollem Gange.

162 Vgl. Hanak-Lettner, *Die Ausstellung als Drama,* S. 206.
163 Vgl. Ibid., S. 31.
164 Vlg. Ibid., S. 36.
165 Ibid., S. 105.

Während Kritiker wie Hartmut Boockmann die Arbeit der heutigen Museums-Kuratoren mit der von „Kaufhaus-Dekorateuren“[166] vergleichen, besinnen sich Befürworter auf das durch Inszenierung ermöglichte Erlebnis des Kunstgegenstandes:

> „Den Ersteren erscheint die vermeintliche Informationsschau als gleichsam unmoralischer Verstoß gegen die Aura des Kunstwerks und die Belehrung des Publikums als unzumutbare Bevormundung. Demgegenüber wirft die andere Gruppe in ihrer anlehnenden Haltung der so genannten Schatzkammern den Ausstellungsmachern vor, mit der Informationsverweigerung den Betrachter in geradezu undemokratischer Weise zu entmündigen, indem man ihm bewusst lediglich rezeptives Verhalten in Form eines idealisierten Kunsterlebens zugesteht und ermöglicht.“[167]

Ausstellungen müssen, so auch Edwin Hamberger, nicht nur zeigen, sondern faszinieren, damit sich der Besucher mit ihnen bewusst auseinandersetzt.[168] Besonders Kinder, die laut dem UNESCO-Bildungsbericht rund 80 Prozent ihres Wissens außerhalb der Schule holen, wollen mit Spaß lernen. Daher ist es für sie auch weniger interessant WAS im Museum präsentiert wird, sondern eher WIE etwas präsentiert wird.[169]

Auch Erwachsene erwarten von ihrem Museumsbesuch heute mehr als reine Präsentation von Kunst. Auch sie möchten unterhalten werden. Die pure Unterhaltung steht jedoch keineswegs im Vordergrund bei der Motivation ein Museum zu besuchen.

Laut einer Studie des Instituts für Museumskunde steht für etwa 38 Prozent der Befragten die „Wissensbestätigung und -erweiterung“ an erster Stelle. Dicht gefolgt von knapp unter 30 Prozent der Besucher, für die das „gemeinsame Kulturerlebnis“ bei einem Museumsbesuch am wichtigsten ist. An dritter Stelle mit 26,4 Prozent konnten schließlich diejenigen Besucher ermittelt werden, die

166 Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen*, S. 16f.
167 Ibid., S. 18.
168 Hamberger, „Ausstellungskonzepte – Spagat zwischen Besucherwunsch und Wissenschaftsanspruch“, S. 26.
169 Reinig, Margot, „Kinder sind unsere Gegenwart! Kinder als Zielgruppe von Museen“, *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*, Hg. Matthias Dreyer/ Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004, S. 137 – 144, S. 138f.

aus reiner „Schaulust und Neugier“ ein Museum besichtigen.[170]
Der Wissensdurst ist demnach noch immer ein fester Bestandteil des Museumsbesuchs. Dabei muss jedoch, so Brigitte Kaiser, von der klassischen Wissensvermittlung Abstand genommen werden, denn ein Museum kann niemals wie eine Schule fungieren. Statt der klassischen Lernweise, kann man im Museum implizit lernen und somit unter Anderem eher seinen persönlichen Entwicklungsprozess befruchten.[171] Je mehr dabei die Phantasie des Besuchers -beispielsweise durch interessante Inszenierungen- angeregt wird, desto eher trägt der Museumsbesuch auch in Sachen Wissen Früchte.

Die Inszenierung des musealen Raumes macht demnach durchaus Sinn und darf nicht pauschal verurteilt werden. Denn es gibt sehr viele Museen, die es mit modernen Inhalten und trotz hohem inszenatorischen Aufwand schaffen, ihren Bildungsauftrag zu erfüllen und somit den ursprünglichen Charakter des Museums mit einem zeitgemäßen Content erfolgreich zu nähren.

170 Dauschek, Anja, „Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren: Marktanalysen für Museen in Theorie und Praxis“, *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*, Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004, S. 21 – 38, S.27.
171 Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen*, S. 59f.

6. Haus der Musik. Das Klangmuseum

Über Musik zu reden, ist wie über Architektur zu tanzen.[172]
Frank Zappa

Das interaktive Museum Haus der Musik stellt bereits mit dem Zusatz „Das Klangmuseum" deutlich, dass es sich innerhalb seiner Wände nicht nur um die Welt der Musik drehen soll.

Es entfernt sich bewusst vom Museum im klassischen Sinn und erklärt sich zur „Erlebniswelt", die neue und überraschende Zugänge zur Musik sowie zu Klang- und Geräuschwelten bieten soll:

> „Wir müssen immer wieder kleine akustische Fenster öffnen. Das Haus der Musik kann kein Brockhaus der Musik sein. Vielmehr wollen wir Türöffner sein in die weite Welt der Klänge, in die Welt der Musik, die sehr diversifiziert ist."[173]

Dennoch finden hier auch historische Elemente ihren Platz. Als Bezug zur Weltstadt der Musik bietet das Haus der Musik einen Überblick über die Geschichte der Wiener Musiktradition und klärt in diesem Zusammenhang über das Schaffen bekannter Musikpersönlichkeiten, wie Franz Joseph Haydn, Ludwig van Beethoven oder Wolfgang Amadeus Mozart auf.

Dabei ist jedoch stets der Fokus auf einen aktiven Umgang mit Musik gelegt. Durch interaktive Elemente und Installationen soll der Besucher zum Tun angeregt werden, seine eigene Kreativität zur Entfaltung bringen und gleichzeitig auch etwas dabei lernen. Auf diese Weise soll die Sprache der Musik vom Besucher also nicht nur verstanden, sondern im Idealfall auch gesprochen werden können.[174]

Durch reale und virtuelle „Klangräume" bietet das Haus der Musik seinen Besuchern die Möglichkeit, Musik und Klang mit allen Sinnen zu erleben und unterstreicht damit sein Leitmotiv als modernes Museum, welches Infotainment, Edutainment und Entertainment in einem vereint.[175]

172 Haus der Musik (Hg.), *10 Jahre Haus der Musik*, Wien: Monopol 2010, S. 10.
173 Ibd., S. 12. Statement von Simon K. Posch, Direktor des Haus der Musik.
174 Imlinger, Birgit, „Imageanalyse des Haus der Musik bei der Wiener Bevölkerung", Dipl. Arb., FH-MODUL: Wien 2006, S. 7.
175 Posch, Simon K., *Willkommenstext*, http://www.hausdermusik.at/besucherinfos/4.htm 16.01.2012.

6.1 Geschichte des Hauses der Musik

Das Haus der Musik entstand aufgrund einer privatwirtschaftlichen Initiative und wurde nach einer zweijährigen Bauphase am 15. Juni 2000 erstmals der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Für die Realisation des Museums wurde dabei ein Team von anerkannten Experten, Musikern, Designern, Ton-Ingenieuren sowie Ausstellungskuratoren auserwählt, welches neue Erfahrungen im Umgang mit Musik erschaffen sollte. Im Zuge dessen wurden für das Haus der Musik 67 neue Erfindungen[176] entwickelt. Diese Tatsache sowie der allgemein innovative Zugang zum Ausstellungsthema bescherten dem Museum in den folgenden Jahren mehrere bekannte Auszeichnungen, wie beispielsweise den Österreichischen Museumspreis im Jahre 2002.[177]

Der ursprüngliche Gedanke, dass Wien als Welthauptstadt der Musik von einem Klangmuseum auf vielerlei Weisen profitieren könnte, wurde 2005 schließlich durch die Übernahme des Hauses durch die Wien Holding bestätigt.
Unter der Verwaltung dieser sowie unter der Direktion von Simon K. Posch konnte das Haus der Musik in den vergangenen Jahren ein stetiges Besucherwachstum verzeichnen und bietet auch heute noch weitaus mehr als nur eine Dauerausstellung zum Thema Musik.

6.2 Rahmenprogramm als Strategie zur Besucherbindung

Die aktuelle Besucherfrequenz von ca. 216 000 Besuchern pro Jahr hat das Haus der Musik vielerlei Faktoren zuzurechnen.
Die Ausstellung des Museums ist als Dauerausstellung ausgelegt und wird stetig

176 Die meisten dieser Erfindungen sind technische Innovationen, die im Zuge der Ausstellungsplanung z.B. von Mitarbeitern des MIT (Massachusetts Institute of Technology) eigens für das Haus der Musik konzipiert wurden.
177 Vgl. ohne Autor, *allgemeine Informationen zum Haus der Musik*, http://www.hausdermusik.-at/das-klangmuseum/16.htm 16.01.2012.

ergänzt, modernisiert oder aber auch erneuert.
Untersuchungen des Hauses der Musik haben ergeben, dass die Besuchergruppe des Museums sich zu etwa gleich großen Teilen aus internationalen wie aus nationalen Gästen zusammensetzt.[178] Um eine eventuelle Stagnation innerhalb der einheimischen Besuchergruppe zu verhindern, scheint es nur selbstverständlich, dass im Laufe der Zeit zusätzliche Strategien zur Besucherbindung entwickelt werden mussten.
Dabei entstand ein besonderes Rahmenprogramm, welches unterschiedliche Besuchergruppen und -Interessen anspricht.
Im Folgenden sollen die wichtigsten Punkte dieses Rahmenprogramms kurz erläutert werden.

6.2.1 Sonderausstellungen

Das Haus der Musik verfügt über einen kleinen Sonderausstellungsbereich, welcher sich im glasüberdachten Innenhof des Museums befindet und zu den gängigen Öffnungszeiten bei freiem Eintritt zu besichtigen ist.
Etwa vier bis fünf Mal im Jahr wird der Raum mit einem neuen Inhalt befüllt. Die ausgestellte Thematik kann dabei einer Kooperation mit Künstlern, Musikern, Wissenschaftlern oder aber auch den Besuchern entsprungen sein.
Die Sonderausstellung zeichnet sich dadurch aus, dass sie oftmals einen aktuellen Bezug aufweist. Daneben können hier auch Themen behandelt werden, die als Ergänzung zur Dauerausstellung fungieren können.

6.2.2 Künstlergespräche

In Zusammenarbeit mit Clemens Hellsberg, dem Vorstand der Wiener Philharmoniker, veranstaltet das Haus der Musik durchschnittlich dreimal im Jahr ein Künstlergespräch im Veranstaltungssaal des Museums.
Dieser Programmpunkt, der den musikalischen Schwerpunkt des Hauses auf eine diskursive Ebene bringt, findet dabei bei freiem Eintritt statt und wird

178 Informationen laut Jahresbilanz des Haus der Musik. Internes Dokument.

hauptsächlich vom älteren Besucherkreis des Hauses der Musik angenommen.
Im Rahmen der Künstlergespräche soll, so Clemens Hellsberg, „das musikinteressierte Publikum […] einen Eindruck von der Zusammenarbeit großer Künstlerpersönlichkeiten mit [den Wiener Philharmonikern] bekommen sowie einen Einblick in die Gedankenwelt dieser Persönlichkeiten hinsichtlich Musik, Kunst und Gesellschaft“[179].

6.2.3 Kinderprogramm

Seit seiner Gründung im Jahre 2000 hat das Haus der Musik stets einen besonderen Schwerpunkt auf die pädagogische Vermittlung von Musik für Kinder gelegt.
Neben speziellen Kinderführungen bietet das Museum auch ein musikalisches Programm, bei dem Kindern spielerisch der Zugang zu Musik erleichtert wird. Bei regelmäßig stattfindenden Kinderkonzerten mit Künstlern wie Bernhard Fibich oder Marko Simsa können Kinder im Alter von vier bis zehn Jahren nicht nur mitsingen und tanzen, sondern lernen beispielsweise auch verschiedene Instrumente oder bekannte Kompositionen und Komponisten kennen.

6.2.4 Live on Stage

Die in Zusammenarbeit mit der Vienna Songwriting Association ins Leben gerufene Konzertreihe „Live on Stage“ ist konzipiert für Besucher im Alter von 16 bis 45 Jahren.
Die monatlich im Veranstaltungssaal des Museums stattfindenden Konzerte konzentrieren sich auf die Bereiche Indie-Rock und Pop und bieten dabei sowohl nationalen als auch internationalen jungen Musikern eine Plattform, auf der sie ihr Talent unter Beweis stellen können.
Mit einer Mischung aus bekannten und weniger bekannten Künstlern hat sich das Haus der Musik damit besonders in den vergangenen fünf Jahren einen weitverbreiteten Namen als beliebte Konzert-Location gemacht.

179 Haus der Musik (Hg.), *10 Jahre Haus der Musik*, S. 20.

6.2.5 HDM Spring Break-Festival

Im Frühjahr 2011 wurde das Live on Stage-Konzept um ein weiteres Highlight erweitert. Das HDM SpringBreak-Festival wurde ins Leben gerufen. Bei einem dreitägigen Musikfestival sollte sowohl Kindern als auch Erwachsenen ein umfangreiches Programm geboten werden. Neben kostenfreien Konzerten wurde dabei auch durch spezielle Führungen und Workshops der Inhalt der Museumsausstellung mit eingebunden.
Das Konzept ist vollends aufgegangen. Es wurde von Besuchern gut aufgenommen und hat medial sehr viel Beachtung gefunden.
Aus diesem Grund soll das HDM SpringBreak-Festival nun zum jährlichen Highlight des Museums ausgebaut und infolgedessen als fester Bestandteil in die Wiener Festival-Szene eingegliedert werden.

6.3 Zukunftspläne des Hauses der Musik

Das Haus der Musik wird auch in Zukunft seinem Leitmotiv des Infotainment, Edutainment und Entertainment treu bleiben. Als interaktives Museum, welches damit wirbt, innovativ und modern zu sein, werden jedoch von Zeit zu Zeit Neuerungen innerhalb der Ausstellungsinhalte anfallen.
Besonders die auf moderne Technologien ausgelegten Inhalte bedürfen aufgrund der rasanten Entwicklung der Technik immer wieder einer Umgestaltung. Das nächste große Projekt soll bereits im Herbst 2012 den Besuchern zugängig gemacht werden. Die sogenannte „VirtoStage“ wird im obersten Stockwerk des Hauses der Musik als futuristische Installation, die es dem Besucher erlaubt durch seine Präsenz im Raum die Bild- und Klangwelten einer Mikro-Oper zu beeinflussen, eingesetzt.[180]
Dennoch möchte sich das Museum nicht um jeden Preis dem Hightech hingeben, sondern besinnt sich in erster Instanz auf seine Funktion als Vermittlungsstelle von Wissen und tiefgreifenden Erlebnissen mit Musik und Klang. Erst nach

180 Ibid., S. 13.

Gewährleistung sinnvoller Inhalte sollen innovative technische Erneuerungen aus dem Haus der Musik ein „Haus der Zukunft[181]“ machen können.

6.4 Inszenierung des Hauses der Musik nach außen

Das Haus der Musik definiert sich in der Öffentlichkeit als unkonventionelles und erlebnisorientiertes Klangmuseum, welches dabei auch als Aufführungsort fungiert und die Begegnung mit lebendiger Musik fördert.[182]

Dabei ist das Haus nicht nur innerhalb seiner Ausstellung auf Modernität ausgerichtet, sondern lebt auch nach außen hin von einem modernen Auftritt und Design.

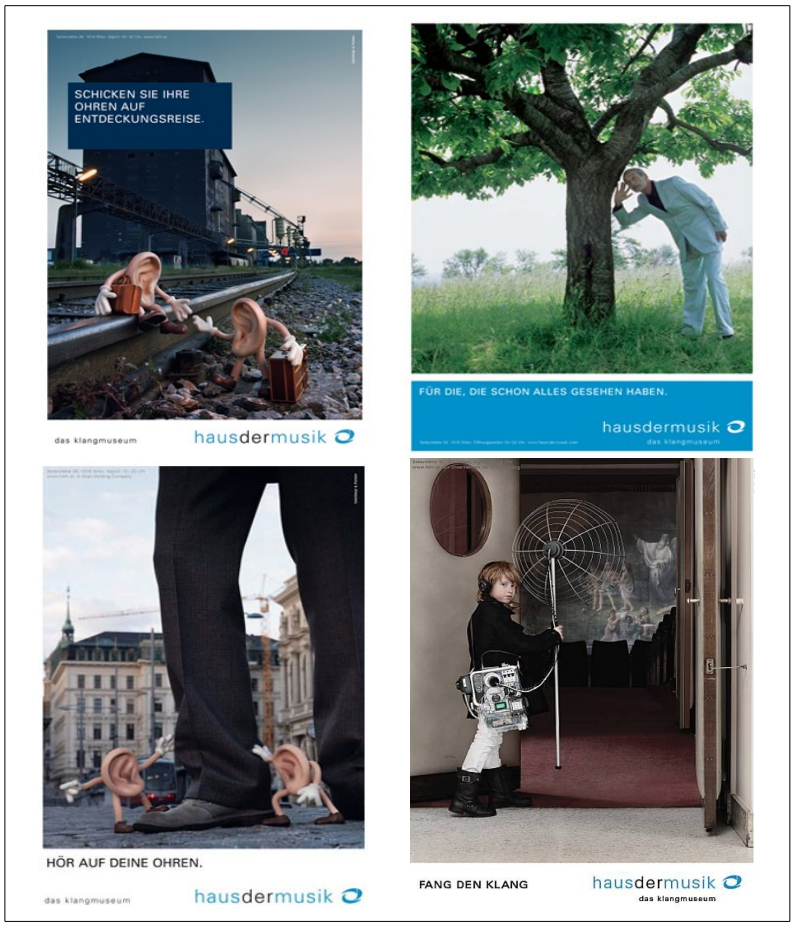

Abb. 15: Imagekampagnen des Hauses der Musik seit 2000

181 Ibid.

182 Vgl. Lenhardt, Helmut, Interview, Leiter der Marketing-Abteilung des Hauses der Musik, Wien 01.12.2011.

Das scheinbare Motto der Werbestrategie des Hauses der Musik ist es, zunächst innerhalb der breitgestreuten Wiener Museumsszene besonders aufzufallen. Mit Wortwitz und aussergewöhnlichen Bildern versehen, spiegeln die Werbekampagnen des Museums das Innenleben seiner Ausstellungsinhalte nach außen wider.
Egal ob durch reisende Ohren oder lauschende Menschen, die auffällig gestalteten Werbekampagnen des Hauses der Musik fordern den potentiellen Besucher spielerisch und mit einem simplen Spruch versehen zu einem genaueren Hören auf. Damit vereint die Inszenierung des Museums nach außen hin den inneren Charakter der Ausstellung in sich, indem sie deutlich macht, dass im Haus der Musik „neue Zugänge zur Musik und zu Klang- und Geräuschwelten[183]“ ermöglicht werden sollen.

Der moderne Charakter des Hauses der Musik äußert sich außerdem auch in seiner intensiven Kommunikation auf modernen Kanälen. So setzt man seit einigen Jahren auf Social Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter, um „eine öffentliche und nahe Kommunikation zwischen Besuchern und dem Museum zu gewährleisten[184]“.

Auch innerhalb der Museumswände möchte das Haus der Musik den modernen Charakter der Ausstellung auf verschiedenen Kanälen kommunizieren. Einen wichtigen Teil davon bilden die Mitarbeiter des Hauses, die den direkten Kontakt zum Besucher haben. Das junge Team der sogenannten „Infotrainer“ fungiert im Haus der Musik weniger als klassisches Wachpersonal, sondern viel mehr als Helfer, die Informationen zum Museum liefern sollen. Dabei besteht das Infotrainer-Personal fast ausschließlich aus Musikwissenschaftlern, Musikern oder zumindest Musikinteressierten.
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Inszenierung des Hauses der Musik nach außen sich in jedem Fall mit dem Leitmotiv des Museums verbinden lässt. Wie sich die Inszenierung der Ausstellungsinhalte äußert und ob das Haus tatsächlich all das einhält was es nach außen hin verspricht, soll nun im Folgenden untersucht werden.

183 Ibid.
184 Ibid.

7. Inszenierung im Haus der Musik

Wie bereits in Kapitel 4 erläutert, schafft die Inszenierung im Museum einen Handlungsrahmen, in den der Besucher miteinbezogen wird. Dabei sollen die inszenierten Ausstellungsinhalte nicht bloß wahrgenommen werden, sondern auch bestimmte Emotionen hervorrufen können.
In seiner Dauerausstellung möchte das Haus der Musik ein weites Spektrum von Musik- und Klangwelten mit allen Sinnen erlebbar machen. Dass es für ein Vorhaben dieser Art bestimmter Inszenierungsinstrumente bedarf, ist bereits in Kapitel 5.3 angeführt worden. Welche dieser Instrumente sich im Haus der Musik wiederfinden lassen und wie sich ihr Gebrauch aufzeigt, soll im Folgenden präsentiert werden.

7.1 Das Gebäude: ein musikalisches Palais

Abb. 16: Außenansicht des Hauses der Musik

Das Haus der Musik ist in seiner Architektur kein besonders auffälliges Gebäude und lässt hinter seiner Fassade nicht unbedingt ein Museum vermuten.
Dennoch blickt das Haus in der Seilerstätte 30 auf eine lange Geschichte zurück, die sich bereits seit über 150 Jahren mit Musik verbinden lässt.

Ursprünglich im Besitz von Erzherzog Karl diente das Palais ab Mitte des 19. Jahrhunderts dem Wiener Komponisten Otto Nicolai als Wohnhaus. Der Initiator der „Philharmonischen Konzerte“ und somit Gründer des Orchesters der Wiener Philharmoniker findet im Haus der Musik heute eine besondere Gedenkstätte. Das weltberühmte Orchester hat sich nämlich in den einzig historisch erhaltenen Räumen im ersten Stockwerk des Museums ein eigenes Museum samt Archiv eingerichtet.[185]

Die denkmalgeschützte barocke Gestalt des Gebäudes erstreckt sich über sechs Stockwerke und geht nach einem pompösen Eingangsbereich in einen modernen Innenhof über.

Abb. 17 und 18: Innenhof des Hauses der Musik

Mit futuristischen Elementen aus Glas, Stein und Metall wird man scheinbar bereits hier auf das versprochene Zusammenspiel von Tradition und Innovation sowie Geschichte und Moderne innerhalb der Ausstellung vorbereitet.[186]

Dennoch bleibt die Inszenierung des Museumsgebäudes eher eine Nebensache bei der Rezeption der Ausstellung. Denn seine Funktion sowie Wirkung wird erst bei Betreten der eigentlichen Ausstellungsfläche und durch Zufügen historischer Fakten ersichtlich.

185 Vgl. ohne Autor, *Von Otto Nicolai bis Heute. Zur Geschichte des Hauses*, http://www.hausdermusik.at/presse/pressemappe/von-otto-nicolai-bis-heute/29-229.htm 16.01.2012.

186 Vgl. Posch, Simon, *Willkommenstext*, http://www.hausdermusik.at/besucherinfos/4.htm 16.01.2012.

7.2 Aufbau des Klangmuseums

Das Haus der Musik verfügt über eine Gesamtfläche von 5000 Quadratmetern, von denen etwa 3000 Quadratmeter zur „Erlebnisfläche“ gezählt werden. Diese Erlebnisfläche zieht sich über vier von den insgesamt sechs Etagen des Gebäudes. Jede Etage ist dabei einer eigenen Thematik gewidmet, die in keinem direkten Bezug zu den anderen Ausstellungsflächen steht.

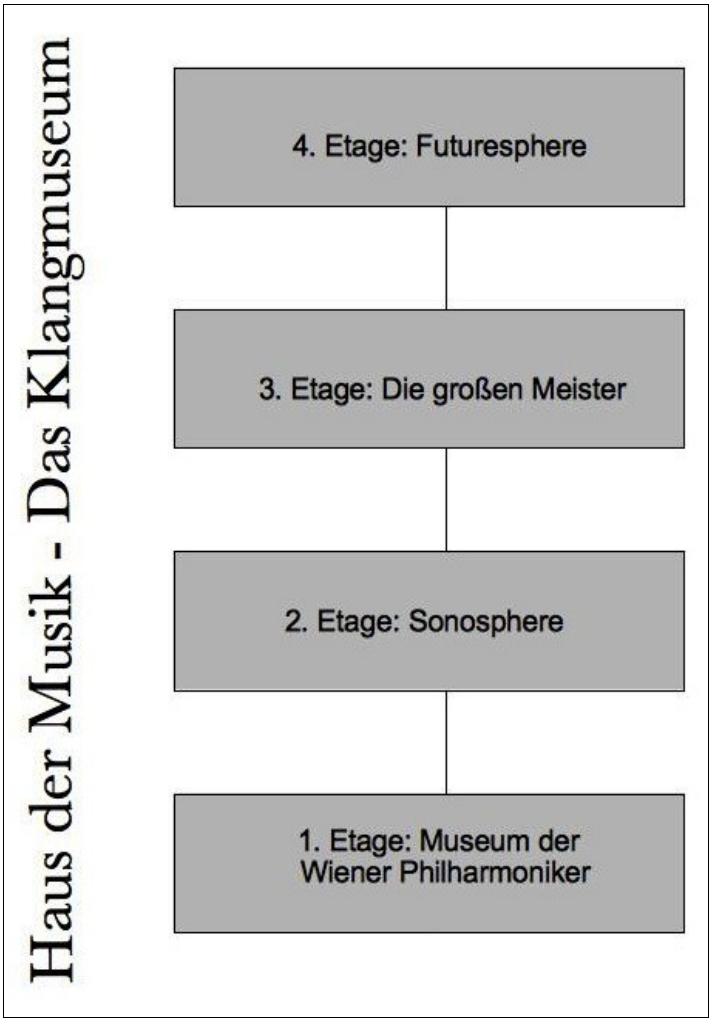

Abb. 19: Ausstellungsebenen des Hauses der Musik

Dennoch macht es durchaus Sinn, den Museumsrundgang auf der ersten Etage des Museums zu beginnen.

Denn hier, im sogenannten *Museum der Wiener Philharmoniker*, wird der direkte Bezug zur Geschichte des Gebäudes aufgebaut sowie die Entstehung und aktuelle Aktivitäten des berühmten Orchesters thematisiert.

In den unter Denkmalschutz stehenden ehemaligen Prunkräumen werden dabei teilweise originale Dokumente sowie viele andere Ausstellungsobjekte präsentiert. Daneben werden in einem Vorführraum, der in seiner Gestaltung einem Konzertsaal nachempfunden wurde, die Höhepunkte des jeweils aktuellen Neujahrs- und Sommernachts-Konzertes gezeigt.

Abb. 20: Neujahrskonzert im Haus der Musik

Neben einem interaktiven Spiel, welches dem Besucher erlaubt, seinen eigenen Walzer zu komponieren, finden sich hier auch die letzten Zeugnisse von der ehemaligen Wohnung des Dirigenten und Komponisten Otto Nicolai.

In einem eigens für ihn eingerichteten Raum findet man unter anderem das Gründungsdekret der Wiener Philharmoniker sowie das Programmheft des ersten Philharmonischen Konzertes.[187]

Abb. 21: Otto Nicolai-Raum

Direkt an das Museum der Wiener Philharmoniker ist das Archiv des Orchesters angebunden. Dieses ist allerdings nicht öffentlich zugänglich und kann daher nur auf Anfrage eingesehen werden.

Über eine pompöse Feststiege gelangt man nun in das zweite Stockwerk des Hauses der Musik. Diese wiederum sehr moderne Ausstellungsfläche wird als *Sonosphere* bezeichnet und beschäftigt sich mit „der Welt der Klänge[188]“.

In mehreren Räumen werden hier verschiedene Klangphänomene erläutert. Durch audiovisuelle Experimente und Darstellungen sollen die Besucher nicht nur verstehen wie unterschiedliche Klänge und Töne entstehen können, sondern auch

187 Vgl. ohne Autor, *1. Etage: Das Museum der Wiener Philharmoniker*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/1-etage---wiener-philharmoniker/33.htm 16.01.2012.

188 Ohne Autor, *2. Etage: Die Sonosphere*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/2-etage---sonosphere/34.htm 16.01.2012.

wie diese vom Menschen wahrgenommen werden.

Ist man am Ende der *Sonosphere* angekommen, gelangt man über einen modernen Treppenaufgang in die dritte Etage.
Diese Etage widmet sich ausgewählten Komponisten der Wiener Musiktradition und nennt sich daher *Die grossen Meister*. In mehreren Raumabschnitten wird hier in klassischer Ausstellungsmanier je ein Komponist und sein Schaffen vorgestellt.
Den Abschluss der dritten Etage bildet der sogenannte *Virtuelle Dirigent*. Die interaktive Installation wird als eines der Highlights des Hauses der Musik empfunden und soll in Kapitel 7.4.1 näher erläutert werden.

Wieder am Treppenaufgang eingetroffen, gelangt man nun in die vierte Etage des Museums, wo man die sogenannte *Futuresphere* besichtigen kann.
Diese den Klängen und Musikerfahrungen der Zukunft gewidmete Ausstellungsebene wurde vom Massachusetts Institute of Technology entwickelt und beinhaltet die aus mehreren Teilen bestehende „Brain Opera".

Mithilfe von interaktiven futuristischen Instrumenten kann man hier beispielsweise durch eigene Bewegung oder Gesang im sogenannten „Mind Forest" Klänge erzeugen und kontrollieren.

Abb. 22: Mind Forest

Diese Klänge werden schließlich im „Future Music Blender" in Musik der Zukunft umgewandelt.

Abb. 23: Future Music Blender

Laut Auskunft des Hauses der Musik ist es das Ziel der „Brain Opera", „Menschen die Möglichkeit [zu] geben, sich musikalisch, spielerisch und ohne Vorkenntnisse durch Musik auszudrücken, Kunst und Technik miteinander zu verbinden, Synergien zwischen

klassischer und moderner sowie experimenteller Musik zu realisieren.[189]“
Die *Futuresphere* mündet schließlich im Museumsshop des Hauses der Musik und markiert damit das Ende der Ausstellungsfläche.

Die vier Ausstellungsebenen des Hauses der Musik bieten vielfältige Themengebiete. Zwar hängen Musik und Klang als Überbegriffe über jeder dieser Ebenen, dennoch wird beim Betreten der Ausstellungsfläche deutlich, dass die einzelnen Etagen für sich und somit ohne Bezug zu dem Rest sprechen sollen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass für die einzelnen Bereiche unterschiedliche Künstler, Institutionen und Architekten als Gestalter herangezogen wurden.
Jede Ausstellungsebene setzt dabei folglich auch auf unterschiedliche Gestaltungskriterien, die sich in verschiedenen Inszenierungstypen äußern.

7.3 Rekonstruktive und abstrahierende Raumbilder im Haus der Musik

Wie bereits in Kapitel 5.1 dargestellt, unterscheidet Brigitte Kaiser zwischen zwei grundlegenden Inszenierungstypen innerhalb musealer Ausstellungen. Während die sogenannten *rekonstruktiven Raumbilder* einen historischen Bezug haben und entweder in authentischen oder nicht authentischen Objekt-Ensembles auftreten, zeichnet *abstrahierende Raumbilder* die Gestaltung einer allumfassenden Idee ohne einen unmittelbaren historischen Bezug aus.[190] Der Einsatz inszenatorischer Mittel ist hierbei im Gegensatz zum *rekonstruktiven Raumbild* von sehr hoher Bedeutung und soll die Aussage der ausgestellten Inhalte untermalen.[191]

Diese zwei Inszenierungstypen finden sich auch in den Ausstellungsebenen des Hauses der Musik wieder.

189 Ohne Autor, *2. Etage: Futuresphere*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/4-etage---futuresphere/36.htm 16.01.2012.
190 Vgl. Kaiser, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen*, S. 38ff.
191 Vgl. Ibid., S. 46ff.

Betrachtet man nämlich den thematischen Inhalt der vier Etagen, lassen sich neben zwei historisch bezogenen Ausstellungsebenen auch zwei Ebenen ableiten, die eine „allumfassende Idee“ ohne unmittelbaren historischen Bezug repräsentieren.

Während die erste Etage die Geschichte des Palais sowie die der Wiener Philharmoniker beinhaltet, erfährt man in der dritten Etage des Hauses der Musik historische Fakten über berühmte Komponisten wie Wolfgang Amadeus Mozart, Joseph Haydn und viele andere. In der zweiten und vierten Etage des Klangmuseums hingegen werden eher allgemeine Phänomene wie die Möglichkeiten des Hörvermögens, Schallbildung oder digitale Klangentwicklung thematisiert.

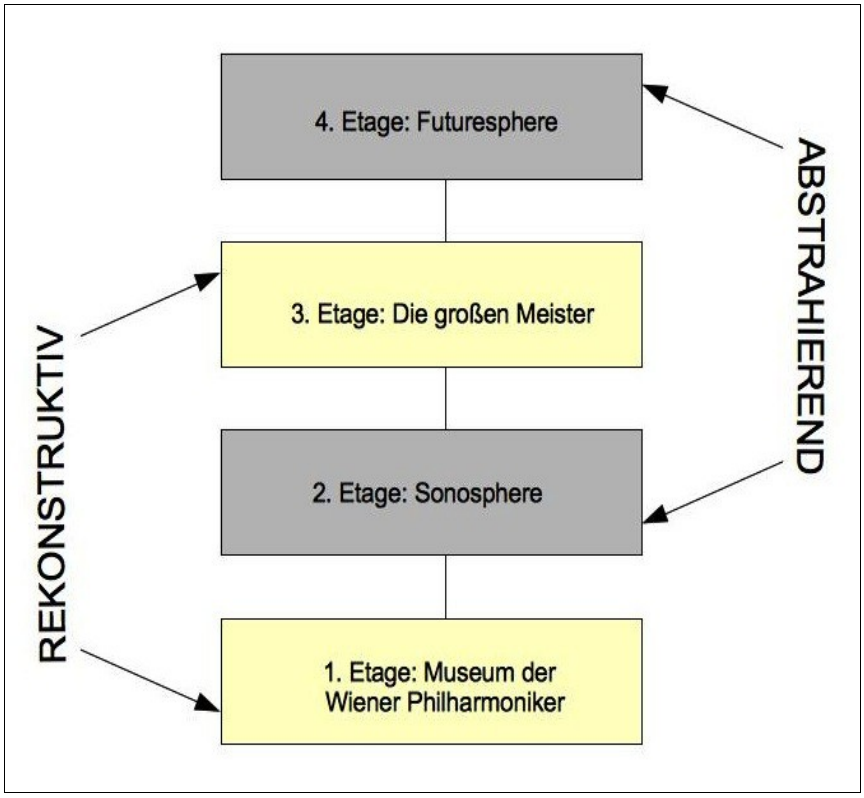

Abb. 24: Inszenierungstypen im Haus der Musik

Wie die Abbildung 24 deutlich macht, wechseln sich im Haus der Musik die Inszenierungstypen von Etage zu Etage ab. Ein Inszenierungsschema, welches sich in der vom Museum versprochenen Verschmelzung von Geschichte und Moderne innerhalb seiner Ausstellung äußert, wird hier nun deutlich.

7.4 Gebrauch von Inszenierungsinstrumenten im Haus der Musik

Im Folgenden soll der Gebrauch von Inszenierungsinstrumenten, die im theoretischen Teil dieser Arbeit aufgezeigt wurden, auf die Ausstellungsebenen des Hauses der Musik übertragen werden.
Um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen, beschränkt sich dieses Kapitel jedoch nur auf zwei der vier Ausstellungsbereiche, nämlich die *Sonosphere* als abstrahierenden Inszenierungstyp und *Die großen Meister* als rekonstruktiven Inszenierungstyp.
Diese zwei Ausstellungsebenen nehmen dabei einerseits die größte Fläche des Museums ein und gelten andererseits laut internen Besucherumfragen auch als die beliebtesten im Haus der Musik.

7.4.1 *Sonosphere*: abstrahierendes Raumbild in einer dramatischen Erzählung

Die Ausstellungsebene *Sonosphere* wird als eine geheimnisvolle Klangerfahrungswelt, die den Museumsbesucher an die Grenzen akustischer und musikalischer Wahrnehmung führen und zur Entwicklung eines neuen Hör-Bewusstsein beitragen soll, beschrieben.[192]
Der interaktive Ausstellungsbereich ist dabei tatsächlich eine aussergewöhnliche Landschaft, die zum Hören und Experimentieren einlädt.

Obwohl der wissenschaftliche Aspekt der Thematik durchaus beachtet wird, scheint die Inszenierung dennoch das wichtigste Kriterium bei der Gestaltung der *Sonosphere* zu sein. Nicht die Erklärung des Phänomens Hören oder Klangerzeugung spielt hier die größte Rolle, sondern das Erleben und Erfahren dieses Phänomens.
Damit trifft auf die *Sonosphere* die von Alexander Klein entwickelte Bezeichnung der dramatischen Ausstellung.

Inwiefern die hier verwendeten Inszenierungsinstrumente die Wirkung der

192 Haus der Musik (Hg.), *10 Jahre Haus der Musik*, S. 27.

Ausstellungsebene als Kulisse einer spielerisch zu erkundenden Landschaft beeinflussen, soll nachstehend aufgezeigt werden.

7.4.1.1 Raum

Die zweite Etage des Hauses der Musik lässt sich in acht Ausstellungsabschnitte unterteilen: *Sinnesrauschen*, *Hörbahn*, *Wahrnehmungslabor*, *Instrumentarium, Stimmenmeer*, *Polyphonium*, *Klanggalerie* und *Evolution Machine*.
Diese Ausstellungsabschnitte sind in insgesamt sieben Räumen, die dabei jeweils unterschiedlich groß sind, untergebracht.

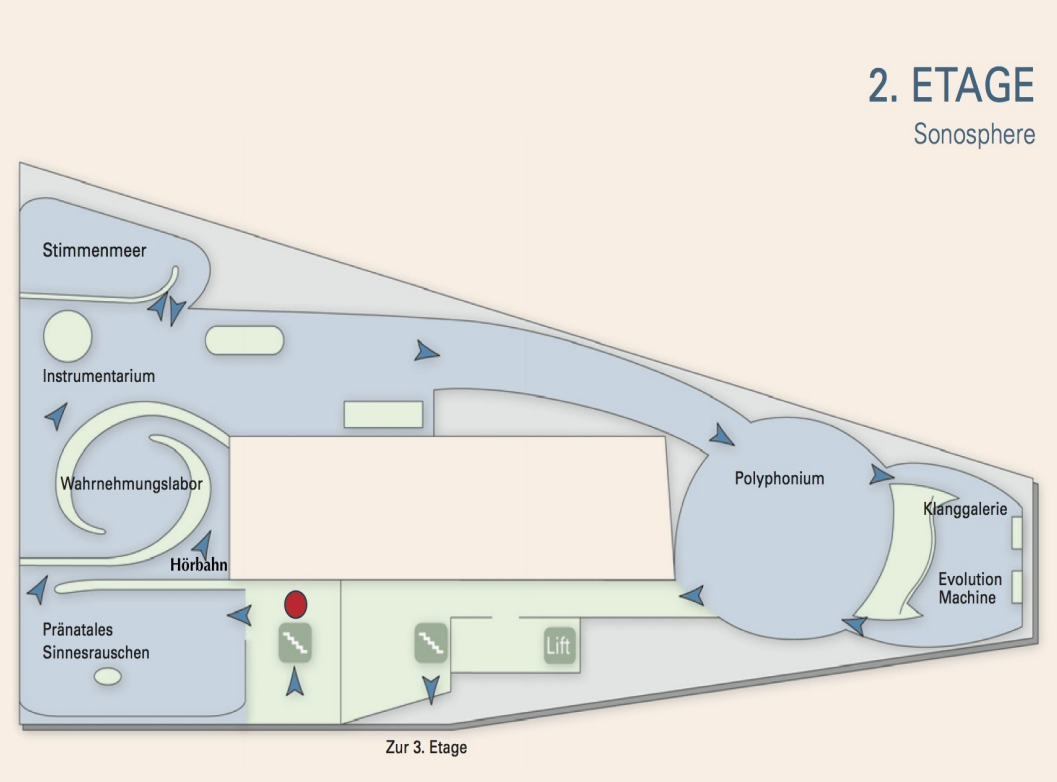

Abb. 25: Raumplan der zweiten Etage

Schmale Durchgänge führen den Besucher von Raum zu Raum und geben diesem damit immer eine Richtung vor. Abgesehen von zwei Abzweigungen, einerseits zum *Stimmenmeer* und andererseits zur *Klanggalerie*, verläuft der Bewegungsfluss dabei konstant von Raum zu Raum.

Durch das Fehlen von Türen und Fenstern erscheint die Ausstellungsfläche als

eine eigenständige und abgeschottete Welt, die keinerlei direkten Bezug zum Gebäude oder der Außenwelt aufweist.

Während zwischen den einzelnen Räumen Gänge den Abschluss des einen und den Beginn des anderen Ausstellungsabschnittes markieren, zeigt das Scheinen des grellen Tageslichtes am Rande des als Ruheraum konzipierten *Polyphonium* das Ende der gesamten Ausstellungsfläche an.

Beim Durchschreiten der *Sonosphere* stechen besonders die zahlreichen abgerundeten Wände hervor. Schaut man sich den Raumplan in der Abbildung 25 nochmals genauer an, wird hier die Verbindung zwischen der Raumarchitektur und der ausgestellten Thematik deutlich.
Die abgerundeten Wände und die schmalen Gänge sind dem menschlichen Gehörgang nachempfunden und sollen bei der Rezeption der Ausstellungsinhalte unterstützend auf den Besucher einwirken. Das Hören wird hier demnach nicht nur anhand von Ausstellungsobjekten verdeutlicht, sondern gleichzeitig auch durch die architektonische Gestaltung räumlich begeh- und erlebbar gemacht.

Das gelungene Inszenierungsinstrument Raumarchitektur kann im folgenden Kapitel aus dem Zusammenspiel mit den Ausstellungsobjekten der *Sonosphere* ebenfalls beispielhaft ersichtlich werden.

7.4.1.2 Objekt

Die in der *Sonosphere* präsentierten Exponate wurden allesamt eigens für diesen Ausstellungsbereich entworfen und gebaut. Sie weisen dabei keinerlei historischen Bezug auf und sollen die Thematik der Ausstellungsebene beispielhaft visualisieren und erklären.

Das Besondere an diesen Exponaten ist es, dass sie nicht als einzelne Ausstellungsobjekte, sondern gleich als ganze Installationen fungieren. Dabei können die Ausstellungsstücke inhaltlich durchaus auch alleine interessant

erscheinen oder Sinn machen. Aufschlussreich wird ihre Botschaft jedoch erst im Arrangement.

Die einzelnen Installationen der *Sonosphere* sind namensgebend für die Raumabschnitte, in denen sie präsentiert werden und wurden im vorangehenden Kapitel bereits erwähnt.
Im Folgenden sollen sie nun näher beschrieben werden:
Im ersten Abschnitt der *Sonosphere* befindet sich die Installation *Sinnesrauschen*. Die auditive Wahrnehmung eines Embryos im Mutterleib soll hier vermittelt werden.
Während eine in der Mitte des Raumes positionierte Halbkugel von innen mit Ultraschallbildern eines Embryos angestrahlt wird, ertönen im Raum dreidimensionale Klänge, die aus Originalaufnahmen aus dem Mutterbauch zusammengemischt wurden.

Abb. 26: Pränatales Sinnesrauschen

Vibrationen im Boden und die sonst recht karge und dunkle Atmosphäre unterstützen das *Sinnesrauschen* in seiner Wirkung als „ganzkörperliches Hörerlebnis[193]“.

Die nächste Installation und somit auch der nächste Raum der *Sonosphere* wird als *Hörbahn* bezeichnet und besteht aus zwei audiovisuellen Teilen.

193 Ibid.

Der erste Teil ist dabei eine mit kleinen Korkstückchen gefüllte Glasröhre, die nachdem sie mit einem dumpfen Ton beschallt wurde, die akustische Sinusschwingung optisch sichtbar macht.
Auf der gegenüberliegenden Wand befindet sich der zweite Teil der Installation, der den Weg einer akustischen Welle vom Ohr bis ins Gehirn verbildlichen soll. Fünf Bildschirme, die aufeinander aufbauend je einen Teil dieser Reise sowohl visuell als auch akustisch aufzeigen, sind dabei auf einer gekrümmten Wand so angebracht, dass man ihnen auch physisch folgen muss. Der Weg entlang der visualisierten *Hörbahn* wird hier demnach tatsächlich auch räumlich begangen und mündet schließlich in der nächsten Installation, dem sogenannten *Wahrnehmungslabor*.

Diese in den oval geformten Raum integrierte Installation soll das menschliche Hörzentrum repräsentieren und besteht ebenfalls aus zwei Teilen.

Abb. 27: Wahrnehmungslabor

Während auf der rechten Seite mithilfe einer Lichtwand verschiedene auditive Phänomene aufscheinen und dabei laut von einer Stimme ausgesprochen werden, können Besucher auf der gegenüberliegenden Wand selbst mit Hörphänomenen experimentieren.

Abb. 28: Interaktive Terminals im Wahrnehmungslabor

Auf insgesamt sechs Touchscreens, die jeweils mit zwei Paar Kopfhörern oder Headsets ausgestattet sind, sollen hier Themen wie Tonhöhe, Raumwahrnehmung, Virtuelle Töne, Lautstärke oder Zeitdehnung beispielhaft erklärt werden. Dabei zeichnet diese interaktiven Terminals ein ständiger Wechsel zwischen Spiel und Wissensvermittlung in Form

von Informationstexten und Erklärungen aus.

Als nächste Installation trifft man in der *Sonosphere* das sogenannte *Instrumentarium*.
Wie der Titel der Installation bereits verrät, werden hier Instrumente zum Ausstellungsthema gemacht. Dabei sind die hier ausgestellten Instrumente allerdings überdimensionale und teils simplifizierte Bauten, die nicht die Instrumente an sich, sondern eher die Klangerzeugung dieser in den Vordergrund stellen sollen.

Abb. 29: Instrumentarium

Eine begehbare Orgelpfeife, eine überdimensionale Trommel, ein riesiges Saiteninstrument und mehrere in die Decke eingebauten Xylophonplatten stehen hier stellvertretend für die Klangerzeugung aller Aerophone, Membranophone, Chrodophone und Idiophone[194].
Zwischen den Rieseninstrumenten findet man erneut interaktive Terminals, die -wieder in abwechselnder Folge zwischen Spiel- und Wissensebene- den aktuellen Stand digitaler Klangbearbeitung thematisieren.

Als eine Art Exkurs zum Thema Klangerzeugung durch Instrumente befindet sich neben dem Instrumentarium ein kleiner Raum, der die Installation *Stimmenmeer*

194 Vgl. ohne Autor, *2. Etage: Sonosphere*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/2-etage---sonosphere/34.htm 16.01.2012.

beherbergt. Hier soll die menschliche Stimme als „elementarstes 'Musikinstrument'[195]“ präsentiert werden.
Ein auf dem Boden leuchtend markiertes Dreieck wird an jeder seiner Ecken von einer etwa zwei Meter hohen Plexiglas-Stele eingerahmt. Diese Stele ist dabei mit Sensoren ausgestattet, die durch Berührung einzelner Bereiche einen Sound auslösen. Das Sound-Repertoire setzt sich dabei je nach Säule entweder aus verschiedenen Konsonanten, Vokalen oder Lauten, die durch Stimmakrobatik erzeugt werden können, zusammen.

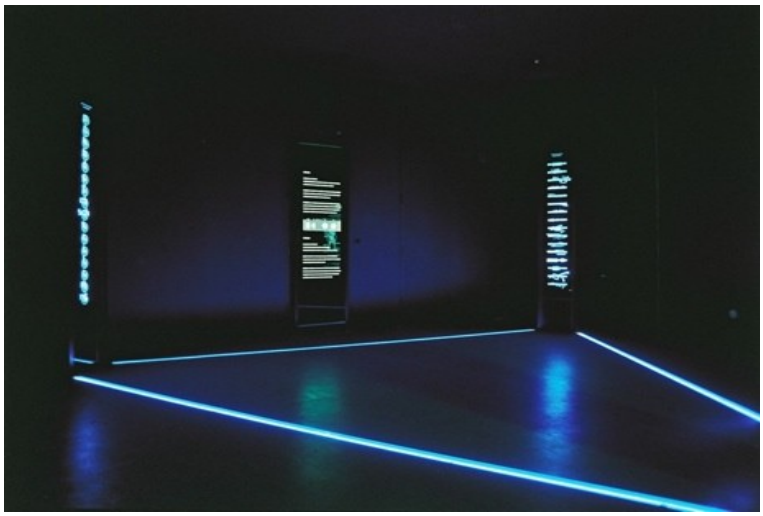

Abb. 30: Stimmenmeer

An den das Klangdreieck umgebenden Wänden klären Leuchttafeln über die Möglichkeiten der menschlichen Stimme auf und stellen damit auch einen direkten Bezug zu den interaktiven Stelen auf.

Möchte man die letzten beiden Installationen der zweiten Etage besichtigen, muss man das *Polyphonium* überqueren. Dieser ursprünglich als eigene Installation konzipierter Raum wird heute als eine Art Ruheraum verwendet.
Neben vier Bildschirmen, die collagenartige Bilder mit inhaltlichem Bezug auf die noch kommenden Installationen zeigen, findet man hier nur mehr eine große Sitzbank.

Im letzten Ausstellungsbereich der zweiten Etage angelangt, trifft man schließlich auf die sogenannte *Klanggalerie*.

195 Seigner, Stefan (Hg.), *Haus der Musik. Ein Begleiter*, Christian Brandstätter: Wien 2000, [S. 21].

In dieser aus 42 Einzelteilen bestehenden Installation, können nun verschiedenste Geräusche angehört werden. Die Geräusche entsprechen dabei den Bildern auf den Bildschirmen im *Polyphonium* und sind demnach ebenfalls in vier Bereiche unterteilt:

- Makrosphäre
- Mikrosphäre
- Umwelt
- menschlicher Körper

Abb. 31: Klanggalerie

Die einzelnen aus Metall angefertigten Hörgestelle sind wie auf Abbildung 31 zu erkennen je nach ihrem Themenbereich verschiedenartig geformt.
Über ihnen befinden sich Bildschirme, die dieselben Bilder wie im *Polyphonium* zeigen und somit die Zusammengehörigkeit der einzelnen Geräuschkulissen zu einem Überthema verbildlichen sollen.

Gegenüber der Klanggalerie befindet sich die letzte Installation der *Sonosphere*. Die *Evolution Machine* besteht dabei aus zwei interaktiven Terminals, die Experimente mit den in der Klanggalerie bereits gehörten Geräuschen sowie der eigenen Stimme des Besuchers erlauben. Die dabei entstandenen individuellen Klangkompositionen können auf CD gebrannt und im Anschluss an den Museumsrundgang als Souvenir im Shop des Hauses der Musik erworben werden.[196]

196 Vgl. Ibid., [S. 24].

So hoch technologisch und teils ungewöhnlich die einzelnen Installationen in der *Sonosphere* auf den ersten Blick auch erscheinen, lassen sie sich dennoch unter den klassischen Objektgestaltungsaspekten analysieren.

Die in Kapitel 5.3.3 bereits erläuterten vier Schlüsseleigenschaften, die laut Alexander Klein ein Exponat erst zu einem solchen machen, treffen hier -wenn auch in verschiedenen Intensitäten- durchaus zu.
Jede der Installationen in der *Sonosphere* ist auffällig gestaltet, wobei der Auffälligkeitsfaktor auf den einzelnen Teilen der Installationen oftmals unterschiedlich gewichtet scheint. So wird man beispielsweise bei Betreten des *Instrumentarium* automatisch von den Rieseninstrumenten angezogen. Die danebenstehenden interaktiven Terminals erscheinen dagegen unattraktiv, da sie nur als Beiwerk registriert werden und ihnen oftmals keine eigene „holding power[197]“ zugesprochen wird.

Mit Bildschirmen, die eine Interaktivität herausfordern, lässt sich in der zweiten Etage des Hauses der Musik eine „holding power“ grundsätzlich eher schwer erreichen.
Während das *Wahrnehmungslabor* in der Zusammenstellung mehrerer Screens beispielsweise sehr gut funktioniert, werden die Terminals der *Evolution Machine* wiederum mit Nichtbeachtung gestraft. Obwohl diese ebenso wie alle anderen interaktiven Terminals informativ und aussagekräftig sind, scheinen sie hier aufgrund einer dominanteren Gestaltung benachbarter Exponate unterzugehen.

Die Aussagekraft und Symbolträchtigkeit, die im Gegensatz zu den emotiven Schlüsseleigenschaften Auffälligkeit und „holding power“ auf der kognitiven Ebene agieren[198], sind bei den Installationen in *Sonosphere* ebenso gegeben. Einerseits erklären die Installationen hier nämlich komplexe wissenschaftliche Gegebenheiten und andererseits stehen sie symbolisch für eben diese.

Die Positionierung der Exponate innerhalb der *Sonosphere* ist teilweise ebenso ungewöhnlich wie die Ausstellungsgestaltung selbst. Denn hier wird auf

197 Klein, *Expositum*, S. 114.
198 Vgl. Ibid., S. 115.

klassische Ausstellungsutensilien, wie Vitrinen oder Bilderrahmen komplett verzichtet.
Stattdessen werden die Exponate in eigens für sie gebaute räumliche Elemente eingegliedert. So ragt beispielsweise die beleuchtete Halbkugel im *Sinnesrauschen* aus dem Boden, während im *Instrumentarium* die überdimensionalen Xylophonplatten in die Decke integriert sind. Die Interaktiven Terminals im Wahrnehmungslabor sind dagegen in eine Vertäfelung eingegliedert, die als Rahmen für die Screens agiert und in ihrer Gestaltung an eine Tonstudio-Umgebung erinnert.

Zusammengehörigkeit einzelner Ausstellungsobjekte wird in der *Sonosphere* einerseits durch physische Nähe zueinander und andererseits durch die klare räumliche Abtrennung zu anderen Installationen aufgezeigt.

Die Wirkung der Ausstellungsobjekte innerhalb der *Sonosphere* wird durch die räumlichen Gegebenheiten unterstützt. Nicht sie wurden in einen Raum eingefügt, sondern der Raum wurde für sie und um sie herum gebaut.
Deshalb kann man die Exponate der zweiten Etage durchaus als Hauptcharaktere innerhalb der Inszenierung mit dem Titel „Sonosphere“ bezeichnen.

7.4.1.3 Licht und Farbe

Neben dem Zusammenspiel von räumlichen Gegebenheiten und den ausgestellten Objekten, fällt in der zweiten Etage des Hauses der Musik zunächst auch der Einsatz von Licht auf.

Verschiedenste Leuchtmittel sorgen hier für besondere Effekte. Während gewöhnliche Wandfluter mit ihrem stark gedimmten Licht oftmals die Grundstimmung der Räume ausmachen, setzen andere Leuchten markante Akzente innerhalb der *Sonosphere.*
So sorgt beispielsweise eine ovale Leuchtdecke im *Wahrnehmungslabor* für einen hellen und freundlichen Tageslichteffekt.

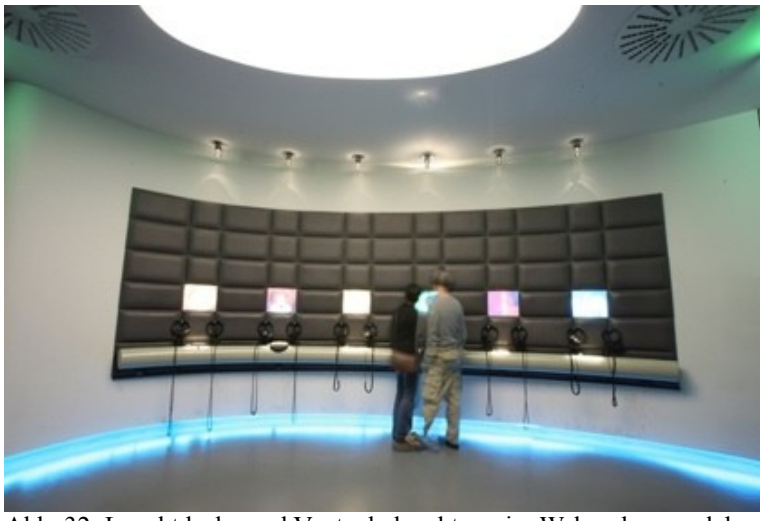

Abb. 32: Leuchtdecke und Voutenbeleuchtung im Wahrnehmungslabor

Grelle Voutenbeleuchtung im unteren Wandbereich erhellt den Raum dabei zusätzlich.

Das *Polyphonium* hingegen scheint wie ein Gegenstück zum *Wahrnehmungslabor* zu agieren. Denn hier wird mithilfe einer eingefärbten, gedämmten Leuchtdecke und einer Voutenbeleuchtung entlang des oberen Wandbereichs eher eine düstere Atmosphäre geschaffen.

Abb. 33: Leuchtdecke und Voutenbeleuchtung im Polyphonium

Bei der Beleuchtung von Installationen, die aus vielen Einzelteilen bestehen, wird oftmals auf Punktestrahler zurückgegriffen. Einzelne Objekte können damit wie in Abbildung 34 zu erkennen in grobe Gruppen unterteilt werden.

Großvolumige Objekte, wie beispielsweise die Riesentrommel im *Instrumentarium* oder die Halbkugel im *Sinnesrauschen,* werden hingegen von

innen ausgeleuchtet und erhalten damit einen dramatischen Effekt.

Abb. 34: Punktestrahler in der Klanggalerie

Abb. 35: Von innen beleuchtete Trommel

Es gibt aber auch einige Exponate, die gar keiner Beleuchtung bedürfen.
Objekte, wie die Stelen im *Stimmenmeer* oder aber die interaktiven Terminals, geben selbst genügend Licht ab und würden bei einer auf sie gerichteten Strahlung an eigener Leuchtkraft einbüßen.

Obwohl der konservatorische Aspekt innerhalb der *Sonosphere* kaum relevant ist, bleibt das Tageslicht komplett aus allen Räumen ausgeschlossen.
Der Effekt einer abgeschlossenen, eigenen Welt soll auf diese Weise scheinbar konstant bewahrt und erst nach Verlassen des letzten Ausstellungsraumes und im Betreten des tageslichtgefluteten Treppenaufganges gebrochen werden.

Die Welt der *Sonosphere* zeichnet daneben aber auch das besondere Zusammenspiel von Licht und Farbe aus.
Während farbige Räume stets in sehr dezentes Licht getaucht werden, setzen bunte Leuchten innerhalb neutraler Ausstellungsflächen einen kräftigen Farbakzent.

Farbige Lichtstrahlen haben in der *Sonosphere* oftmals auch eine Doppelfunktion. So tauchen beispielsweise die Lichtstrahlen im *Sinnesrauschen* einerseits den neutralen Raum in eine Farbe und unterstützen damit die Wirkung des Exponats, andererseits agieren sie aber auch als Richtungsweiser, die unterschwellig und

gleichzeitig auch sehr deutlich den Weg zum nächsten Ausstellungsraum aufzeigen.

Abb. 36: Sinnesrauschen

Farbe und Licht treten in der zweiten Ausstellungsebene des Hauses der Musik demnach in eine untrennbare Beziehung. Als unverzichtbares Inszenierungsinstrument durchbrechen sie die Monotonie des neutralen Raumes und hauchen diesem wie auch so manchem Exponat erst Leben ein.

7.4.1.4 Texte

Erklimmt man die Stufen zur zweiten Etage des Hauses der Musik, wird man durch eine etwa 40 mal 40 Zentimeter große, an der Wand hängende Plexiglastafel auf den Namen der nun zu besichtigenden Ausstellungsfläche aufmerksam gemacht. „SONOSPHERE“ steht hier nun in großen, weißen Buchstaben auf einem schwarzen Grund geschrieben.
Etwa einen Meter daneben und fast im Türrahmen zum ersten Ausstellungsraum positioniert, findet man auf einer weiteren schwarzen Plexiglastafel einen Saaltext. Dieser klärt einerseits über den Titel und Inhalt des unmittelbar zu begehenden Raumes auf und gibt andererseits auf einer Art Skala Auskunft über die weiteren, auf den ersten Raum aufbauenden Ausstellungsinhalte.

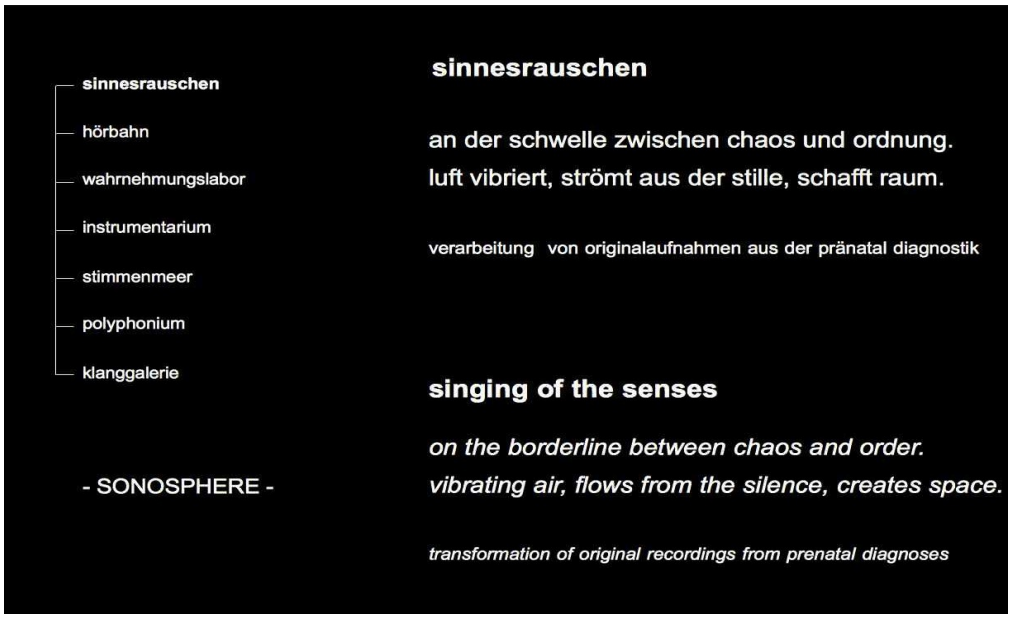

Abb. 37: Texttafel vor dem ersten Raum der Sonosphere

Texttafeln dieser Art ziehen sich durch die gesamte zweite Etage und befinden sich immer unmittelbar vor dem jeweiligen Ausstellungsraum.
In den Räumen selbst sind außer im *Instrumentarium* und im *Stimmenmeer* keine weiteren Texttafeln vorhanden. Dabei beziehen sich diese Texttafeln nicht unmittelbar auf die hier ausgestellten Objekte, sondern geben Auskunft über allgemeine Themen, wie die verschiedenartige Beschaffenheit von Instrumenten oder aber die Bandbreite der menschlichen Stimme.

Es fällt auf, dass innerhalb der *Sonnosphere* Objektkennungen- und Texte kaum Verwendung finden. Während in der *Klanggalerie* kleine Metalltäfelchen durch kurze Sätze wie „Affe in Raumkapsel“ die einzelnen Geräusche der Hörvorrichtungen erklären, wird in allen anderen Räumen grundsätzlich auf Erläuterungen einzelner Objekte verzichtet.
Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass die einzelnen Objekte in ihrem Arrangement zusammengefasst sind und daher als größere Installationen zu betrachtet sind. Damit könnte der Saaltext zusätzlich auch als eine Art Objekttext dienen.

Darüber hinaus treten erklärende Texte nur mehr auf Screens von den zahlreichen interaktiven Terminals in Erscheinung. Der hier vom Computer gesprochene und geschriebene Text gleicht zunächst einer Bedienungsanleitung und gibt erst nach

dem aktiven Handeln des Besuchers weitere Erklärungen zur Thematik ab. Dabei kann der Besucher mithilfe des Touchscreens jederzeit den Textfluss unterbrechen und entscheidet somit selbst wie viel er von der ihm gegebenen Information aufnehmen möchte.

Alle Texte der zweiten Ausstellungsebene des Hauses der Musik sind auffällig knapp gefasst. Sie geben in kurzen Sätzen jegliche für das Verständnis relevante Informationen wieder und verzichten dabei auf erklärungsbedürftige Fremdwörter. Daneben sind sie stets sowohl in deutscher als auch englischer Sprache verfasst. Der englische Text unterscheidet sich jedoch in seiner Erscheinung immer durch einen Kursivdruck.

Entgegen der gängigen Empfehlung treten Texte, die auf Tafeln platziert sind, als weiße Schrift auf dunklem Grund in Erscheinung. In Räumen, die relativ gedämmt ausgeleuchtet sind, erscheinen diese Texttafelnd durchaus ansprechend. In Räumen mit vielen Lichtquellen verschwimmen hingegen einzelne Textteile durch direkt auf sie gerichtete Lichtstrahlen und werden somit oftmals bis zur Unkenntlichkeit verzerrt.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Verwendung von Texten innerhalb der *Sonosphere* größtenteils stimmig ausfällt. Die gleiche Schriftart zieht sich hier konstant durch alle Räume und gibt auf wiederkehrenden Trägerelementen einen solide aufbereiteten Informationsgehalt wieder.

7.4.1.5 Navigation- und Orientierungshilfen

Besucher können sich im Haus der Musik bereits beim Kauf eines Eintrittstickets mit einem Etagenplan in ihrer jeweiligen Sprache ausrüsten. Diese kostenlosen Papierpläne sollen nicht nur einen räumlichen Überblick über die einzelnen Ausstellungsebenen geben, sondern informieren in kurzen Stichworten auch über ausgesuchte Rauminhalte.

Innerhalb der *Sonosphere* sollten die Besucher allerdings auch ohne den Etagenplan auskommen. Als eine weitere Orientierungshilfe dienen hier nämlich die im vorangegangenen Kapitel bereits erwähnten Texttafeln. Diese Texttafeln geben zwar keine räumliche Vorstellung von der gesamten Ausstellungsebene wieder, schaffen mithilfe einer Skala jedoch einen ersten Überblick über die Anzahl der zu besuchenden Räume.

Abb. 38: Beispiel einer Skala auf Saaltafel

Weil der Besucher somit zu jeder Zeit weiss, wie viele Räume noch vor ihm liegen, kann er sein Zeitmanagement unter Kontrolle halten und sich entspannt der Ausstellungsinszenierung hingeben.

Besucher, die weder auf die Skala schauen noch einen Etagenplan zur Verfügung haben, bekommen keine weiteren Orientierungshilfen, können jedoch der Rauminszenierung als Navigationshilfe vertrauen.

Die vorgegebene Laufrichtung wird hier zusätzlich zu den bereits erwähnten Lichteffekten von kleinen, auf dem Boden klebenden Pfeilen unterstützt. Diese Pfeile treten jedoch nicht in jedem Raum auf, sondern kommen nur dann zum Einsatz, wenn ein Raum, wie beispielsweise das *Polyphonium*, mehrere Gänge und somit verschiedene Laufrichtungen aufweist.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Navigations- und Orientierungshilfen innerhalb der *Sonosphere* sehr dezent ausfallen. Als Besucher soll man sich hier offensichtlich vorrangig auf die Inszenierung einlassen und erst in zweiter Instanz auf die zusätzlichen Orientierungs- und Navigationshilfen zurückgreifen.

7.4.1.6 Medien

Bereits im Treppenaufgang zur zweiten Etage des Hauses der Musik sind erste Geräusche deutlich hörbar. Ist man erst einmal in der *Sonosphere* angelangt,

erkennt man schnell, dass hier der Klang zum Ausstellungsthema gemacht wurde.

Während Videoelemente bloß als stumme Projektionen agieren oder nur zur unterstützenden Wirkung der interaktiven Terminals benutzt werden, scheinen Audioeinspielungen allgegenwärtig zu sein. Jeder einzelne Raum in der *Sonosphere* wird auf verschiedene Arten beschallt.
Die Besucher bekommen dabei neben einer passiven Rolle als Zuhörer auch eine aktive Rolle als Klangerzeuger. So wird beispielsweise das *Stimmenmeer* erst zur Geräuschkulisse wenn ein Besucher eine Stele der Installation durch Berührung aktiviert. Andere Räume hingegen geben lediglich eine permanente Geräuschkulisse, wie beispielsweise die 3D-Soundeffekte im *Sinnesrauschen,* von sich.
Obwohl multimediale Installationen zahlreich vertreten sind und in Gestalt von interaktiven Terminals einen wichtigen wissensvermittelnden Aspekt bilden, sind es dennoch die Audioeffekte, die für die Wirkung der *Sonosphere* besonders wichtig sind und somit einen weiteren unerlässlichen Bestandteil dieser Inszenierung ausmachen.

7.4.2 Die grossen Meister: rekonstruktives Raumbild in einer epischen Erzählung

Die dritte Etage des Hauses der Musik widmet sich ausgewählten Komponisten, die die Wiener Musiktradition auf besondere Weise geprägt haben. Lebensabschnitte dieser „Genius Loci“ sollen hier mithilfe von sowohl traditionellen Artefakten als auch modernen High-Tech-Instrumenten rekonstruiert werden.[199]
Der wissenschaftliche Anspruch wird dabei von inszenierten Elementen nicht überschattet, sondern lediglich begleitet. Der Besucher wird hier nur in geringem Maße in die Narration eingebunden und gilt eher als Beobachter, der sich eine zeitlich aufeinander aufbauende Geschichte über die „grossen Meister“ erzählen lässt.

199 Ohne Autor, *3. Etage: Die großen Meister*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/3-etage---die-grossen-meister/35.htm 16.01.2012.

Vergleicht man diese Beschreibung nun mit den von Alexander Klein genannten Möglichkeiten einer narrativen Gestaltung kann die Museumsebene *Die grossen Meister* eindeutig zu der epischen Ausstellung gezählt werden.
Im Folgenden soll dies nun mithilfe der Analyse aller hier eingesetzten Inszenierungsinstrumente bestätigt werden.

7.4.2.1 Raum

Die dritte Ausstellungsebene des Hauses der Musik besteht aus insgesamt zehn unterschiedlich großen Räumen.
Der erste Raum wird dabei nur zur Begrüßung und für die Audioguide-Ausgabe benutzt. Ab dem zweiten Raum beginnt schließlich die eigentliche Ausstellung, die sich in einzelne Schwerpunkte pro Ausstellungsraum unterteilt, nämlich in : *J. Haydn*, *W. A. Mozart*, *L. v. Beethoven*, *F. Schubert*, *J. Strauß*, *G. Mahler*, *Zweite Wiener Schule*, *Exodus* und *Virtueller Dirigent*.

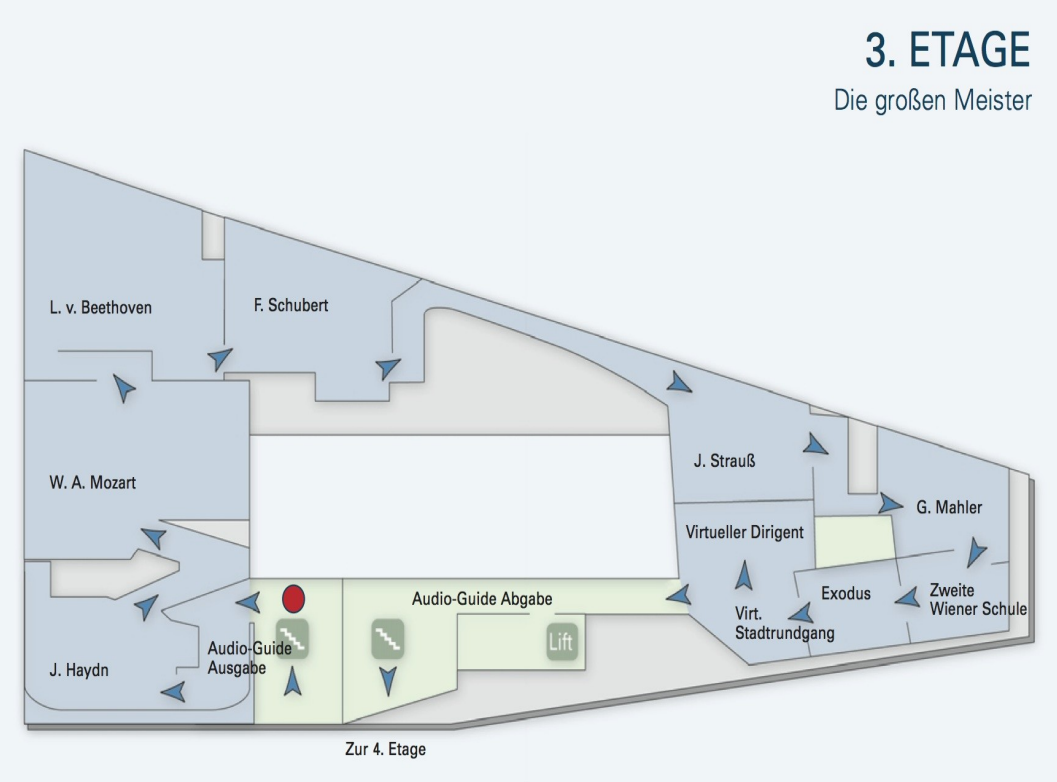

Abb. 39: Raumplan der dritten Etage

Während die ersten sechs Räume dabei noch durch schmale Korridore

miteinander verbunden sind, gehen die letzten drei Räume unmittelbar ineinander über.
Obwohl die grundsätzlich eher unauffällig gestaltete Raumarchitektur jegliche Arten von Türen ausschließt, lässt sie dennoch im langen Gang des *J. Strauß*-Raumes eine offene Fensterfront zu. Damit wird hier trotz des historischen Themas ein unmittelbarer Bezug zur modernen Außenwelt zwangsmöglich erlaubt.

Die Auswirkungen, die diese architektonischen Maßnahmen auf die Gesamtinszenierung der Ausstellungsebene haben, sollen im folgenden Kapitel nach einer Analyse der Ausstellungsinhalte deutlich werden.

7.4.2.2 Objekt

Die Exponate der dritten Etage sind mit historischen Begebenheiten verknüpft. Das persönliche und gesellschaftliche Umfeld verschiedener Persönlichkeiten soll hier anhand von Dokumenten, Möbelstücken, Gemälden und vielen anderen Ausstellungsobjekten rekonstruiert werden.
Originale und Faksimile, die in unmittelbarer Beziehung zu den hier jeweils skizzierten Persönlichkeiten stehen, werden dabei durch Exponate, die lediglich der gleichen Zeitperiode abstammen, ergänzt. Diese somit als nicht-authentisch zu kennzeichnenden Objektensembles folgen in ihrer Positionierung nie einem bestimmten Schema, sondern werden je nach gegebenen räumlichen Möglichkeiten bestmöglich eingepasst.

Im Gegensatz zur zweiten Ausstellungsebene wird innerhalb der dritten Etage außerdem wiederholt auf Präsentationshilfen wie Rahmen oder Vitrinen zurückgegriffen und somit eine eher klassische Präsentationsweise bevorzugt.
Nichtsdestotrotz spielen auch moderne Elemente in die einzelnen Ausstellungsbereiche mit hinein.
Während Informationsterminals mit Touch-Funktion genauere Auskunft über das Leben und Schaffen des jeweiligen Komponisten geben und somit auf direkter

Basis agieren, stellen moderne Kunstwerke, die eher unauffällig in die Ausstellung integriert wurden, eine indirekte Verbindung zwischen Klassik und der Moderne her.

Im Folgenden sollen nun die einzelnen Themenbereiche kurz erläutert und einige für die Inszenierung der dritten Etage besonders relevanten Exponate hervorgehoben werden:

Bereits beim Betreten des Eingangsbereiches der dritten Etage sticht das erste besondere Ausstellungsstück ins Auge.
Der sogenannte *Klang:Teppich* ist ein modernes Kunstwerk, welches vom österreichischen Künstler Gilbert Bretterbauer entworfen wurde und seit 2010 im Haus der Musik zu besichtigen ist.
Das Motiv des Teppichs ist dabei einer modernen Interpretation von klassischer Musik entsprungen und erstreckt sich über einen Großteil des Bodens innerhalb dieser Ausstellungsfläche.[200]

Folgt man dem *Klang:Teppich* hinein in den ersten Ausstellungsraum, findet man sich in der Welt des *Joseph Haydn* wieder.
Die letzten Jahre des Komponisten werden hier zum Thema gemacht und mithilfe verschiedenster Exponate anschaulich aufbereitet.
So wird eine aus Haydns Zeit stammende Sänfte hier beispielsweise als Erinnerung auf den letzten Konzertbesuch des gebrechlichen Komponisten in Szene gesetzt. Dieses Ausstellungsobjekt wird dabei aber gleichzeitig auch zweckentfremdet und stellt als eine ausgebaute Vitrine wichtige Dokumente, wie beispielsweise Haydns Ehevertrag, zur Schau.
Gleich daneben wird mithilfe von Briefen und anderen handschriftlichen Dokumenten Haydns umfangreicher Tagesablauf nachgezeichnet. Auf einer Wand zwischen den Schriftstücken sind Portraits befestigt, die einige berühmte Besucher Haydns zu jener Zeit illustrieren sollen. Über den Portraits hängt eine alte Holzuhr, die hier scheinbar nicht nur die gebräuchliche Funktion als Tageszeitmesser innehat, sondern ergänzt durch weitere, auf einer Tapete

200 Vgl. Ibid.

abgebildete Uhren zum symbolischen Messgerät von Haydns allmählich ablaufenden Lebenszeit avanciert.

Abb. 40: Sänfte im Haydn-Raum

Abb. 41: Schriften zu Haydns Tagesablauf

Während weitere Objekte Haydns letzte Lebensjahre nachzeichnen, verschaffen eine große Zeittafel sowie zwei Informationsterminals einen Überblick über das gesamte Leben und Schaffen des Komponisten.

Der nächste Ausstellungsraum widmet sich dem Komponisten *Wolfgang Amadeus Mozart* und seiner Zeit in Wien.
Nicht nur sein Bezug zur Freimaurerloge, sondern auch die Freundschaft mit Emanuel Schikaneder, die unter anderem zur Entstehung der berühmten Oper „Die Zauberflöte“ geführt hatte, werden hier thematisiert.
Bühnenrequisiten sowie ein Bühnenmodell von „Die Zauberflöte“ finden hier ebenso ihren Platz wie Musikinstrumente, Gemälde, Originaldokumente und Briefe des Komponisten.

Daneben befindet sich im *Mozart*-Raum auch eine interaktive Installation namens NAMADEUS. Diese ist unmittelbar an Mozarts musikalische Vertonung des Alphabets angelehnt und bietet dem Besucher die Komposition des eigenen Namens samt persönlicher Partitur in Mozarts Handschrift an.
Das in ein Metallgehäuse integrierte Terminal steht unmittelbar dem Schreibtisch einer Mozartpuppe gegenüber, sodass hier der Eindruck entstehen

könnte, Mozart selbst würde den Namen des Besuchers komponieren.

Mozarts Gegenwart wird außerdem auch mithilfe eines anderen Ausstellungsstückes suggeriert. Ein Video, welches die vermeintliche Hand des Komponisten beim zügigen Verfassen von Melodien zeigt, soll den Besucher unmittelbar am Entstehungsprozess von Mozarts Kompositionen teilhaben lassen.

Abb. 42: NAMADEUS

Im anschließenden, dritten Ausstellungsraum wird nun *Ludwig van Beethovens* Leben in Wien dokumentiert.

Neben der Thematisierung seiner musikalischen Werke wird hier auch eine besondere Einsicht in sein persönliches Leben geboten. Verschiedene Abteilungen, die durch eingesetzte Wände von einander getrennt wurden, erzählen mithilfe von Briefen oder Dokumenten sowohl von der familiären Situation als auch von der politischen Einstellung des Komponisten.

Besonderes Augenmerk wird hier auch auf die Wohnsituation des als allgemein schwierig geltenden Komponisten gelegt.

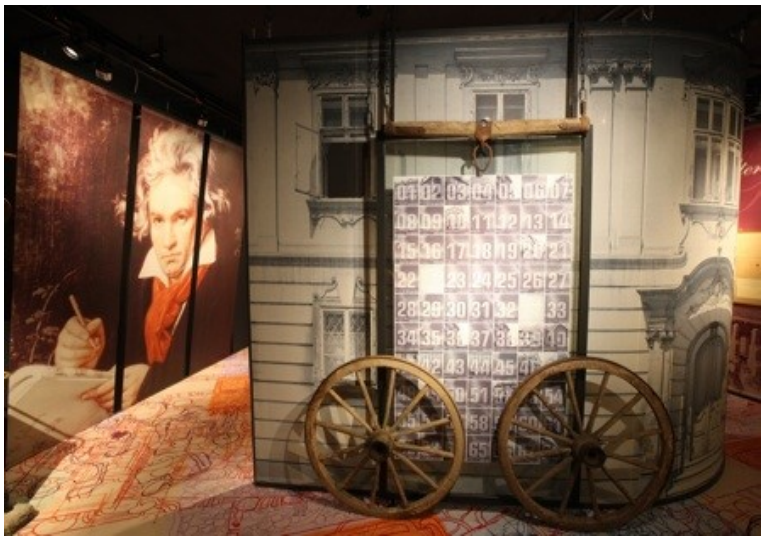
Abb. 43: Grafik, die Beethovens ständigen Wohnungswechsel thematisiert

Eingebettet in einen großen Holzrahmen und versehen mit zwei Wagenrädern, zeigt eine großflächige Grafik die Vielzahl von Beethovens Wohnungswechseln innerhalb Wiens und verweist gleichzeitig symbolisch auf die Rastlosigkeit seines Charakters.
Auch andere Objekte, wie beispielsweise das Original einer Eingangstür oder aber ein alter Ofen greifen die besondere Wohnsituation Beethovens immer wieder auf.

Im hinteren Bereich des Ausstellungsraumes wird schließlich auch die Krankheit und die daraus resultierende Taubheit des Komponisten zum Ende seines Lebens thematisiert.
Eine aus fünf kleinen Stationen bestehende Installation soll hier die Stufen der Ertaubung Beethovens auf simpelste Art und Weise hörbar- und sichtbar machen.
Ein Film, der mit einer Art B i l d e r-Collage die Lebensabschnitte Beethovens zusammenfassend illustriert, markiert schließlich das Ende dieses Ausstellungsraumes.

Abb. 44: Hörstationen, die Beethovens Ertaubung thematisieren

Der vierte Ausstellungsbereich widmet sich dem musikalischen Schaffen von *Franz Schubert*.
Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den ersten Erfolgen des Komponisten. Mithilfe von persönlichen Gegenständen, wie beispielsweise seiner Brille oder verschiedenen Schriftstücken, wird Schuberts Werdegang vom Musterschüler zum bekannten Komponisten nachgezeichnet.

Dabei fällt auf, dass der gesamte Raum in seiner Gestaltung einem Wohnraum nachempfunden zu sein scheint. Die ausgestellten Objekte fügen sich hier in die Anordnung der Möbelstücke mit ein und erwecken den Eindruck Schubert selbst hätte sie dort auf diese Weise positioniert.

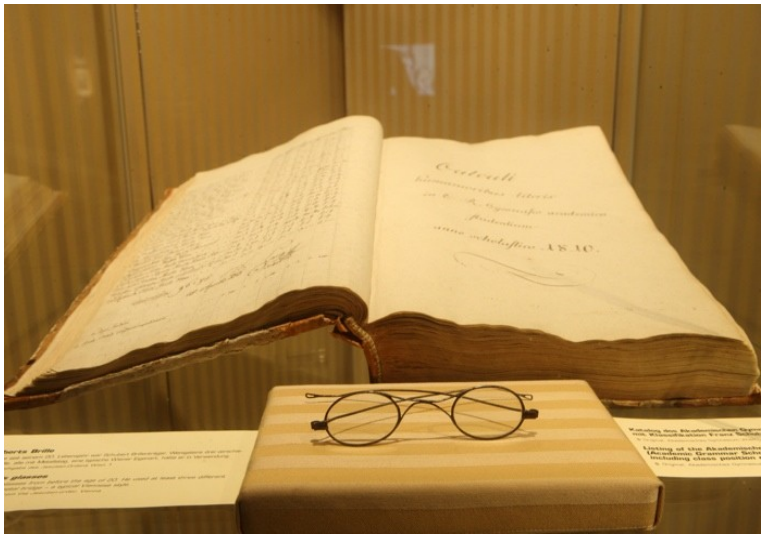

Abb. 45: Schuberts Brille und ein Katalog des akademischen Gymnasiums

Durch einen langen Gang, dessen Wände mit Kopien alter Theaterzettel tapeziert sind, gelangt man nun zum nächsten Ausstellungsraum in der dritten Etage, dem sogenannten *Johann Strauss*-Raum.

Während vorangegangene Räume den Nachlass eines Komponisten mithilfe von persönlichen Gegenständen oder Dokumenten nachzeichnen, wird hier die Gestaltung des gesamten Raumes symbolisch für den größten musikalischen Nachlass von Johann Strauss präsentiert.

Der Donauwalzer wird hier nämlich als unsichtbares Ausstellungsobjekt vor der Kulisse des Schlosses Schönbrunn in Szene gesetzt.

Abb. 46: J. Strauss-Raum

Mithilfe eines mit künstlichen Pflanzen behangenen Metall-Pavillons wird hier eine höfische Parkatmosphäre geschaffen, die offensichtlich an die Glanzzeiten des sogenannten „Walzer-Königs“ erinnern soll.
Neben Vitrinen, die Ballspenden sowie Kleidung aus jener Zeit präsentieren, wird hier auch anhand einer in sich drehenden Konstruktion, die die Silhouetten eines tanzenden Paares andeutet, der Festivitäten-Charakter rund um Strauss' Schaffen inszeniert.

Auch der nächste Raum fällt in seiner Gestaltung besonders auf.
Um das Lebenswerk von *Gustav Mahler* darzustellen, verwandelte man hier den ihm gewidmeten Ausstellungsraum in eine begehbare Waldlandschaft.

Abb. 47: G. Mahler-Raum

Auf echten Baumstämmen hängen neben Portraits des Komponisten und seiner Familie, auch Briefe sowie unterschiedliche Dokumente, die auf die enge Beziehung Mahlers zur Natur hindeuten.
Neben seiner Arbeit als Dirigent und Direktor der Wiener Hofoper, die in einer Vitrine ebenfalls kurz anschaulich gemacht wird, soll Mahler nämlich seine Leidenschaft für das Komponieren stets in der freien Natur ausgetragen haben.

In seiner besonderen Gestaltung scheint der Raum selbst hier zum wichtigsten und wirkungsvollsten Ausstellungsobjekt bestimmt worden zu sein.

Im nachfolgenden Ausstellungsraum wird die berühmte Zwölftontechnik der *Zweiten Wiener Schule* beleuchtet.
Neben eingerahmten Skizzen und einem Zettelkasten sollen hier zwei Informationsterminals das aussergewöhnliche kompositorische Verfahren verbildlichen und erklären.

Unmittelbar angrenzend an den Ausstellungsraum der Zweiten Wiener Schule befindet sich der sogenannte *Exodus*.
Dieser Raum ist eine Konzeption zur Erinnerung an die vertriebenen und ermordeten Musiker während des Nationalsozialismus.

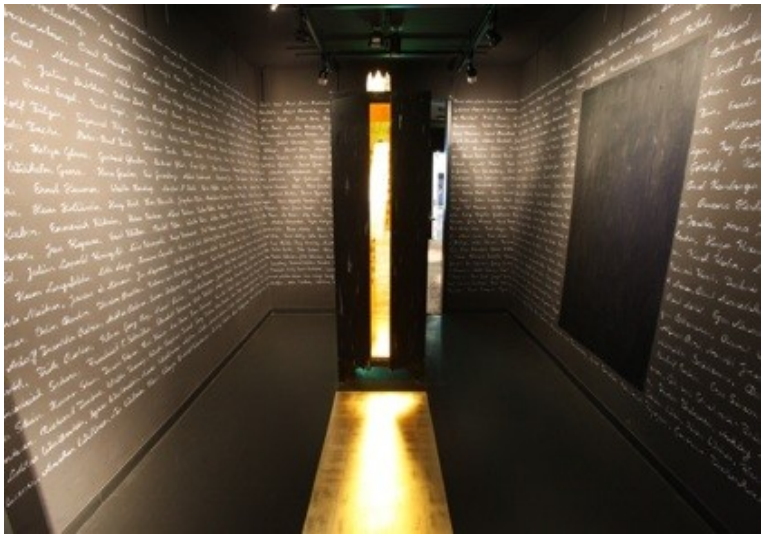
Abb. 48: Exodus

Ein Schrein sowie die mit den Namen betroffener Musiker beschrifteten Wände machen aus dem Raum ein Gesamtkunstwerk.
Im nächsten Ausstellungsbereich endet schließlich der historische Bezug der dritten Ausstellungsebene des Hauses der Musik.

Mit einer interaktiven Installation namens *Virtueller Dirigent* können Besucher hier die berühmten Wiener Philharmoniker selbst dirigieren.
Eine ausgeklügelte Technik erlaubt es das Orchester mithilfe eines durch Infrarotlicht gesteuerten Dirigentenstabes zu lenken.
Musikstücke der *grossen Meister* können hier nun nach Belieben abgespielt und auf eine spielerische Art und Weise neu erlebt werden.

Abb. 49: Virtueller Dirigent

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die dritte Ausstellungsebene des Hauses der Musik von einer Diversität an Exponaten geprägt ist.
Ein Grundgerüst aus Ausstellungselementen, wie beispielsweise Musikinstrumenten, einem modernen Kunstwerk oder Informationsterminals, ist jedoch in jedem Ausstellungsbereich fest vorgegeben und wird dabei durch eine Vielfalt an Objekten, die einen besonderen Bezug zur jeweiligen Ausstellungsthematik haben, ergänzt. Auf diese Weise entstehen Räume, die einerseits stets nach dem gleichen Schema Grundinformationen über die jeweilige Thematik liefern, andererseits jedoch auch immer von einer Individualität geprägt sind.

7.4.2.3 Licht und Farbe

Die Ausstellung in der dritten Etage des Hauses der Musik ist von einer grundsätzlich gedämmten Lichtstimmung, die durch Wandfluter erzeugt wird, geprägt. Einzelne Ausstellungsobjekte, die der besonderen Aufmerksamkeit bedürfen, werden dabei oftmals mithilfe von Spots akzentuiert.

So erstrahlt beispielsweise im *W. A. Mozart*-Raum eine in der Ecke befestigte Marionettenpuppe erst durch den geschickten Einsatz von Spotbeleuchtung als schwebende „Königin der Nacht“. Auch zwei in einer Vitrine hängende Flöten

stechen erst durch das auf sie gerichtete Licht hervor und werden gleichzeitig auch in ihrem Bezug zu Mozarts Oper als wirkungsvolle „Zauberföten“ sichtbar.

Abb. 50: Marionettenpuppe „Königin der Nacht“

Abb. 51: „Zauberflöten“ im W.A. Mozart-Raum

Ausstellungsobjekte, die die scheinbare Anwesenheit einer thematisierten Persönlichkeit suggerieren sollen, kommen oft ebenfalls erst unter Verwendung von ausgeklügelten Lichteffekten zur Geltung.

Ein Beispiel hierfür liefert die im *L. v. Beethoven*-Raum ausgestellte Wohneingangstür des Komponisten.

Während der frontal gerichtete Spot die Tür als ein besonderes Ausstellungsobjekt kennzeichnet, unterstützen hinter der Tür gerade herunter scheinende Wandfluter den Eindruck, dass sich hier tatsächlich noch ein Wohnraum und somit auch Leben befinden könnte.

Abb. 52: Beleuchtung der Originaltür aus Beethovens Wohnung

Ein besonderer Realitätsbezug wird mithilfe von Lichteffekten auch im J. Strauss-Raum erzielt. Eine offene Fensterfront flutet zunächst den langen Gang, der

zum Strauss-Raum führt, mit Tageslicht und gibt damit ein erstes indirektes Indiz für dessen Gesamtgestaltung preis. Die Thematik der sich im Freien befindlichen Parkanlage wird hier scheinbar noch vor Betreten des eigentlichen Ausstellungsraumes aufgegriffen. Dieser effektvolle Einsatz von Tageslicht wird dabei aber auch innerhalb des in sich abgeschlossenen Raumes von künstlichen Tageslichteffekten aufgegriffen und ergänzt. Während innerhalb des Metallpavillons auf Beleuchtungsmittel verzichtet wurde, leuchten mehrere Spots die Außenfassade dieses aus und suggerieren damit den Einfall natürlicher Sonnenstrahlen.

Abb. 53: Sonnenlichteffekte im Strauss-Raum

Im Gegensatz zur zweiten Etage gibt es innerhalb der Ausstellungsfläche in der dritten Ebene kein auffälliges Zusammenspiel von Licht und Farbe.
Der gesamte Einsatz von Farbe wirkt hier grundsätzlich eher gedämpft und scheinbar irrelevant. Neben der Farbe Rot treten auch Schwarz und Gold wiederholt in Erscheinung und unterstreichen immer wieder die klassizistische Einrichtung einiger Ausstellungsräume. Eine andere und die mit Abstand herausragendste Wirkung hat die Verbindung von Schwarz und Gold bei der Gestaltung der beiden Räume *Zweite Wiener Schule* und *Exodus* gefunden.

Abb. 54: Farbliche Gestaltung der beiden Räume Zweite Wiener Schule und Exodus

Schwarze Wände, die mit goldenen Bild- und Schriftelementen großflächig verziert wurden, ziehen sich hier über beide Räume und werden vom schwarz-goldenen Schrein komplementiert. Die Farbe Schwarz wird hier aus seiner neutralen Wirkung herausgeholt und fungiert als Symbol von

Trauer und Tod. In dieser Funktion wird Schwarz nun der Farbe für Verständnis und Lebenskraft gegenübergestellt. Die Verbindung zwischen der *Zweiten Wiener Schule*, dessen Gründer aufgrund seiner Jüdischen Herkunft Österreich verlassen musste, und dem *Exodus*-Raum wird hier nun durch optische Mittel deutlich gemacht.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass innerhalb der Ausstellung *Die grossen Meister* der Einsatz von Licht dennoch einen höheren inszenatorischen Wert zu besitzen scheint. Nichtsdestotrotz leisten aber auch farbliche Akzente in einer unaufdringlicher Art und Weise einen durchaus sinnvollen Beitrag zur Gesamtinszenierung der Ausstellungsfläche.

7.4.2.4 Text

Im Vergleich zur zweiten Ausstellungsebene des Hauses der Musik ist der Gebrauch von Text innerhalb der dritten Etage enorm hoch und besonders vielfältig.
In Form von Audioguides tritt hier zunächst gesprochener Text hervor. Hintergrundinformationen zu den einzelnen Ausstellungsthemen sowie die Beziehung einzelner Exponate zu diesen werden hier in komprimierter Form geliefert.

Besucher, die auf einen Audioguide verzichten, können sich aus einer Vielzahl von gedruckten Texten ebenso alle wesentlichen Informationen herausfiltern.
Gedruckter Text tritt dabei in Form von Objekttexten, Objektkennungen, Objektgruppentexten und Saaltexten in Erscheinung.

Daneben bieten Texte, die von digitalen Terminals oder aber von großgerahmten Zeittafeln abgelesen werden können, genauere Informationen zur Biografie der jeweiligen Persönlichkeit.

Besonders auffällig ist hier auch der Umgang mit ausgestellten Schriftstücken.

Alte handgeschriebene Dokumente, lange Briefe und Notizen werden dabei zum besseren Verständnis kontinuierlich von Texten in moderner Druckschrift begleitet.

Die Textarten sowie auch die Menge an Texten variiert dabei stets von Raum zu Raum. Zwar sind in jedem Raum die biografischen Informationen durch Zeittafeln und digitale Terminals gegeben, ausführliche Informationen zu den Exponaten werden jedoch durch fehlende Objekt- oder Saaltexte oftmals nicht geliefert.

Die Positionierung der Texte innerhalb der gesamten Ausstellungsebene ist besuchergerecht gestaltet. Alle Texttafeln hängen knapp unter der Augenhöhe des Betrachters und zeichnen sich dabei auch inhaltlich durch eine gute Lesbarkeit aus. Kurze, prägnante Sätze geben hier Informationen in jeweils deutscher und in englischer Sprache wieder. Alle Texte sind außerdem mit einer dunklen Schrift auf hellem Untergrund gestaltet und entsprechen damit den gängigen Empfehlungen.

Der Text scheint innerhalb der dritten Etage nur marginal als inszenatorisches Instrument hervor. Er geht vorrangig seiner Aufgabe als Informationslieferant nach, tritt jedoch stets zurück wenn es die Inszenierung, wie beispielhaft im beinahe textleeren *J. Strauss*-Raum zu sehen, von ihm fordert.

7.4.2.5 Navigation

Die Navigation innerhalb der Ausstellungsebene *Die grossen Meister* ergibt sich wie auch schon innerhalb der *Sonosphere* grundsätzlich durch eine aufeinander aufbauende Raumarchitektur von selbst. Dennoch findet man hier immer wieder Orientierungshilfen in Form von Pfeilen oder aber auch von inszenatorischer Natur, die den Besucher „sicher“ ans andere Ende der Ausstellung bringen sollen.

Neben den bereits erwähnten Etagenplänen können Besucher im dritten Stockwerk zunächst auch auf Audioguides zurückgreifen. Durch Scannen der im

Ausstellungsraum verteilten Nummernschildchen informiert dieser über die Inhalte der jeweiligen Ausstellungsthematik und gibt indirekt auch Auskunft darüber in welchem Raum man sich gerade aufhält.

Abb. 55: Karikatur am Ausgang des L. v. Beethoven-Raumes

Betritt ein Besucher die Ausstellungsfläche ohne Audioguide oder Etagenplan, helfen ihm in die Ausstellung unscheinbar integrierte Details den „richtigen“ Weg zu finden. Während im *L.v. Beethoven*-Raum eine Karikatur des Komponisten am Eingang des Ausstellungsbereiches den Besucher zu begrüßen scheint, kehrt sie ihm am Ausgang des Raumes demonstrativ den Rücken zu und markiert damit unmissverständlich das Ende des Ausstellungsbereiches.

Ein weiteres Beispiel inszenatorischer Navigations- und Orientierungshilfen findet sich auch im *G. Mahler*-Raum. Zwischen den zahlreichen Bäumen gibt in diesem fiktiven Wald ein scheinbar ausgetretener Pfad die genaue Laufrichtung für den Besucher vor.

Mithilfe all dieser inszenatorischen Wegweiser soll sich der Besucher innerhalb der Ausstellungsfläche offenbar nicht nur problemlos fortbewegen, sondern gleichzeitig auch die Welt der „grossen Meister“ hautnah erleben können.

7.4.2.6 Medien

Innerhalb der dritten Ausstellungsebene wird der Einsatz von Medien auf vielfältige Weisen gehandhabt.
Während der Exodus-Raum beispielsweise keinerlei Medien aufweist, wird der angrenzende Raum durch die Installation *Der Virtuelle Dirigent* erst durch die multimediale Gestaltung zum Leben erweckt.

Innerhalb der meisten Räume lässt sich jedoch eine einheitliche Grundausstattung an Medien ausmachen.
Neben Flachbildschirmen, die auf einer Wand hängend stumme Videoaufnahmen abspielen, finden sich in jedem Raum auch jeweils zwei Touchscreens, die als Informationsterminals fungieren.
Jeder Raum wird außerdem auch mit Musikstücken des jeweiligen Komponisten beschallt. Damit sich der Sound der unmittelbar an einander angrenzenden Räume nicht gegenseitig stört, wurden in den Gängen zwischen diesen ausgeklügelte Schallschleusen installiert.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass sowohl die Audio- als auch Videomedien innerhalb der dritten Etage eher als schmückendes Beiwerk zur Ausstellungsthematik eingesetzt werden. Zwar haben die Touchscreen-Terminals eine sinnvollere Funktion, nämlich die der Informationsvermittlung, doch scheinen sie aufgrund ihrer eher unscheinbaren Positionierung innerhalb der Räume, ebenfalls nur eine eher nebensächliche Rolle bei der Gesamtinszenierung zu spielen.

7.5 Schwachstellen der Inszenierung und Verbesserungs-vorschläge

Zahlreiche im Haus der Musik durchgeführte Besucherumfragen, haben ergeben, dass Museumsbesucher mit der Gestaltung der Ausstellungsinhalte zwar weitestgehend zufrieden sind, sich jedoch immer wieder über defekte Geräte innerhalb dieser ärgern.[201] Interaktive Stationen oder Informationsterminals fallen hier in der Tat aufgrund der hohen Belastung immer wieder aus, drosseln dadurch den Effekt der Inszenierung und sorgen damit oftmals für ein unbefriedigendes Besuchserlebnis.

201 Information laut Zusammenfassung interner Besucherumfragen.

Der hier gebotene Umgang mit Medien als inszenatorische Instrumente sollte daher eventuell insgesamt überdacht werden. Die multimedialen Geräte sind als ein wiederkehrendes funktionales Tool aus dem Haus der Musik nicht wegzudenken und sollten daher in ihrer Wartung grundsätzlich immer den Vorrang bekommen. Daneben ist auch der Umgang mit einem anderen Medium des Museums zu überdenken.
Während Audioeinspielungen das Haus der Musik besonders auszeichnen, werden Videoaufnahmen fast ausnahmslos nur als informationsleere Dekoration verwendet. Daher sollte hier in Zukunft der Fokus möglicherweise vom Videoeinsatz komplett weg, und auf die intensivere Pflege der Audio– und Multimediageräten hin, gelegt werden.

Auch das Inszenierungsinstrument Text könnte im Haus der Musik optimiert werden.
Während es innerhalb der zweiten Ausstellungsebene oftmals an erklärenden Texten zum vollkommenen Verständnis einzelner Exponate mangelt, werden mehrere Bereiche der dritten Ausstellungsebene durch diesen oftmals vollkommen überladen. Aufgrund der verschiedenen Ausstellungsinhalte ist hier die unterschiedliche Verwendung von Texten durchaus nachvollziehbar, dennoch lässt sich diese aber, durch Ausweitungen auf der einen Seite und Kürzungen auf der anderen, durchaus noch aufwerten.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die verschiedenartigen Prioritäten von den zahlreichen Kuratoren, die einst an der Inszenierung des Hauses der Musik arbeiteten, nicht immer nur positiv auffallen. Zwar durchbricht die unterschiedliche Herangehensweise an die großen Themenbereiche die Monotonie eines längeren Museumsaufenthaltes, doch sollte zumindest innerhalb der einzelnen Ausstellungsebenen eine einheitliche Wirkung unter Einbezug verschiedenster Inszenierungsinstrumente zum Ziel gemacht werden. In diesem Zusammenhang müsste das Haus der Musik nach zwölf Jahren wieder einmal einen kuratorischen Eingriff zulassen, der dabei jedoch weniger den Inhalt betreffen, sondern eher eine Optimierung der hier verwendeten Inszenierungsinstrumente bezwecken sollte.

8. Schlusswort

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, herauszufinden, auf welche Weise Inszenierung in den Museumsbetrieb eingebunden wird und welche Mittel hierfür von Nöten sind.
Der Kern des theoretischen Teils konnte dabei einerseits durch eine intensive Lektüre einschlägiger Literatur ermittelt werden und andererseits mithilfe eines praktischen Beispiels veranschaulicht werden.

Das hierbei entstandene Resultat zeigt auf, dass die Inszenierung im Museum als Schöpfung eines neuen Erlebens und Empfindens fungiert und sich dabei aus mehreren Instrumenten formiert.
Diese Instrumente setzen sich zusammen aus der Gebäude- und Raumarchitektur eines Museums, den im Museum präsentierten Objekten, der hierbei verwendeten Gestaltung von Navigations- und Orientierungshilfen sowie dem Licht-, Farb-, Text-, und Medieneinsatz.

Am Beispiel des Hauses der Musik konnte dargelegt werden, inwiefern der Gebrauch dieser Inszenierungsinstrumente einen Einfluss auf die Rezeption der Museumsausstellung haben kann. Die einzelnen Ausstellungsbereiche des Museums wurden hierfür analysiert und auf ihre Stärken und Schwächen hin geprüft.
Dabei wurde festgestellt, dass das Haus der Musik erst durch den Einsatz von inszenierten Elementen zum Leben erwacht und somit durchaus auch als das „Haus der Inszenierung“ bezeichnet werden kann.
Obwohl dabei stets ein großer Wert auf Unterhaltung gelegt wird, verleitet die Inszenierung im Haus der Musik in ihrer Wirkung aber auch zum Nachdenken.

Die Meinung, dass ein Zusammenspiel zwischen Museum und Inszenierung einen unterschwelligen und doch wertvollen Beitrag zur Bildung leistet, kann hier demnach unterstützt werden.

Literaturverzeichnis

Althuber, Thomas, „Die Inszenierung von Wahlkämpfen“, Dipl. Arb., Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2008.

Aristoteles, *Poetik*, Hg. Manfred Fuhrmann, Stuttgart: Philipp Reclam jun. 1994.

Ascott, Roy, „Das Museum – neugedacht“, *Das Buch zur Museumswelt und darüber hinaus*, Hg. Joachim Baur, Wolfsberg: Leykam 1991, S. 63 – 72.

Azara, Pedro/Carlos Guri Harth, *Bühnen und Ausstellungs-Architektur*, Stuttgart/ München: DVA 2000.

Baumgartner, Elisabeth, „Erlebnisraum Museum. Eine Untersuchung aus differentialpsychologischer Sicht“, Dipl. Arb., Universität Wien, Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät 1995.

Baur, Joachim (Hg.), *Das Buch zur Museumswelt und darüber hinaus*, Wolfsberg: Leykam 1991.

Bausch, Constanze, *Verkörperte Medien. Die soziale Macht televisueller Inszenierungen*, Bielefeld: transcript 2006.

Benett, Tony, *The Birth of The Museum, History, theory, politics*, London/New York: Routledge 1995.

Bichlmeier, Kathrin, „Räume in ihrer historischen Dimension erschließen“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher -ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 235 – 250.

Bott, Gerhard (Hg.), *Das Museum der Zukunft. 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums,* Köln: M. DuMont Schuberg 1970.

Brauneck, Manfred/Gérard Schneilin (Hg.), *Theaterlexikon. Begriffe und Epochen, Bühnen und Ensembles,* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt ³1992 (Orig.Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1986).

Brockhaus Enzyklopädie (Hg.), *Inszenierung*, Leipzig/Mannheim: F.A. Brockhaus 2006.

Brockhaus Enzyklopädie (Hg.), *Museum*, Leipzig/Mannheim: F.A. Brockhaus 2006.

Cuno, James, „Gegen das diskursive Museum“, *Das diskursive Museum,* Hg. Peter Noever, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz 2001, S. 48 – 64.

Dauschek, Anja, „Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren: Marktanalysen für Museen in Theorie und Praxis“, *Zielgruppen von Museen. Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden* , Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004, S. 21 – 38.

Deilmann, Harald, „Zukunft des Museums?“, *Das Museum der Zukunft. 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums*, Hg. Gerhard Bott, Köln: M. DuMont Schuberg 1970, S. 39 – 51.

Dernie, David, *Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken*, Ludwigsburg: Avedition 2006.

Dreyer, Matthias/Rolf Wiese (Hg.), *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004.

Faßbender, Guido/Mona Schieren, „Von der Kunst der Aneignung zur Aneignung von Kunst. Junge Leute im Museum“, *Zielgruppen von Museen. Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden* , Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004, S. 145 – 154.

Fischer-Lichte, Erika, „Inszenierung und Theatralität“, *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch* Hg. Herbert Willems/Martin Jurga, Opladen/ Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, S. 81 – 90.

Flügel, Katharina, *Einführung in die Museologie*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2005.

Frieling, Heinrich, *Psychologische Raumgestaltung und Farbdynamik*, Göttingen: Musterschmidt ³1956.

Goffman, Erving, *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München: R. Piper & Co. 1969 (Orig. New York: Doubleday & Company 1959).

Graf, Karin, „Der Einfluss des Hintergrundes auf die Farbwahrnehmung von Kunstwerken“, Dipl. Arb., Universität Wien, Grund- und Integrativ-wissenschaftliche Fakultät 1996.

Hamberger, Edwin, „Ausstellungskonzepte – Spagat zwischen Besucherwunsch und Wissenschaftsanspruch“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher -ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 19 – 41.

Hanak-Lettner, Werner, *Die Ausstellung als Drama. Wie das Museum aus dem Theater entstand*, Bielefeld: Transcript 2011.

Haus der Musik (Hg.), *10 Jahre Haus der Musik*, Wien: Monopol 2010.

Heller, Eva, *Wie Farben wirken. Farbpsychologie-Farbsymbolik-Kreative Farbgestaltung*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1989.

Imlinger, Birgit, „Imageanalyse des Haus der Musik bei der Wiener Bevölkerung", Dipl. Arb., FH-MODUL: Wien 2006.

Joachimides, Alexis et al. (Hg.), *Museumsinszenierungen. Zur Geschichte der Institution des Kunstmuseums. Die Berliner Museumslandschaft 1830-1990*, Dresden: Verlag der Kunst 1995.

Kaiser, Brigitte, *Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen. Museale Kommunikation in kunstpädagogischer Perspektive*, Bielefeld: Transcript 2006.

Klein, Alexander, *Expositum. Zum Verhältnis von Ausstellung und Wirklichkeit*, Bielefeld: transcript 2004.

Kolb, Peter, „Selber Ausstellungen gestalten – Aspekte und Anregungen für Lehrer", *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004.

Kos, Wolfgang, „Müssen Beschriftungen auf dem Boden kleben? Über das anhaltende Desinteresse der Ausstellungsgestalter am Text-Management", *Design bestimmt das Bewusstsein. Ausstellungen und Museen im Spannungsfeld von Inhalt und Ästhetik*, Hg. Heimo Müller/Karl Stocker, Wien: Turia + Kant 2003, S. 77 – 83.

Lurz, Birgit/Olivia Harrer, „Das diskursive Museum. Das Museum als Ort der Vermittlung", Dipl. Arb., Universität Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften 2005.

Matt/Flatz/Löderer, *Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen. Ein Praxisorientierter Leitfaden*, Wien: Verlag Österreich 2001.

Michel, Mathias, „MultiMedia als Präsentationsform", *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 79 – 99.

Mikunda, Christian, *Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch strategische Dramaturgie*, Düsseldorf: ECON ³1996.

Müller, Heimo/Karl Stocker (Hg.), *Design bestimmt das Bewusstsein. Ausstellungen und Museen im Spannungsfeld von Inhalt und Ästhetik*, Wien: Turia + Kant 2003.

Müller-Rieger, Monika, „Ausstellungsdesign: Eine Brücke zum Besucher“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 43 – 62.

Noever, Peter (Hg.), *Das diskursive Museum*, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz 2001.

Pavis, Patrice, „Inszenierung“, *Theaterlexikon. Begriffe und Epochen, Bühnen und Ensembles,* Hg. Manfred Brauneck/Gérard Schneilin, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt ³1992 (Orig.Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1986), S. 441 – 443.

Pevsner, Nikolaus, *A History of Building Types*, Princeton: Princeton University Press 1976.

Reiner, Linda, „Zur Ausstellungsinszenierung der documenta 12 (2007) im Museum Fridericianum“, *Museum revisited. Transdisziplinäre Perspektiven auf eine Institution im Wandel*, Hg. Kurt Dröge/Detlef Hoffmann, Bielefeld: Transcript 2010, S. 303 – 316.

Reinig, Margot, „Kinder sind unsere Gegenwart! Kinder als Zielgruppe von Museen“, *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*, Hg. Matthias Dreyer/ Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg 2004, S. 137 – 144.

Roig, Joan, „Objekt und Subjekt in der heutigen Ausstellungsarchitektur“, *Bühnen- und Ausstellungs-Architektur*, Hg. Pedro Azara/ Carlos Guri Harth, Stuttgart/München: DVA 2000 , S. 30 – 37.

Rollig, Stella, „Video als Zumutung. Fallbeispiel <HERS>: Zum Ausstellen zeitgebundener Kunst“, *Design bestimmt das Bewusstsein. Ausstellungen und Museen im Spannungsfeld von Inhalt und Ästhetik*, Hg. Heimo Müller/Karl Stocker, Wien: Turia + Kant 2003, S. 11 – 24.

Rötzer, Florian, „Schonung und Archivierung der Dinge“, *nub. Das Buch zur Museumswelt und darüber hinaus*, Hg. Joachim Bauer, Wolfsberg: Leykam 1991, S. 19 – 33.

Schlutow, Martin, „Objekte und ihre Texte. Überlegungen zur sprachlichen Strukturierung historischen Lernens im Museum“, *Sprache und Geschichte*, Hg. Saskia Handro/Bernd Schönemann, Berlin: LIT 2010, S. 189 – 201.

Scholl, Julian, „Funktionen der Farbe. Das Kronprinzenpalais als farbiges Museum“, *Museumsinszenierungen. Zur Geschichte der Institution des Kunstmuseums. Die Berliner Museumslandschaft 1830-1990*, Hg. Alexis Joachimides et al., Dresden: Verlag der Kunst 1995, S. 206 – S. 219.

Schöner, Birgit, „Textgestaltung in naturwissenschaftlichen Ausstellungen. Theorie und praktische Umsetzung am Beispiel *echophysics Pöllau: Strahlung – der ausgesetzte Mensch*“, Dipl. Arb., Karl-Franzens-Universität Graz, Institut für Physik 2011.

Schreiber, Waltraud et al. (Hg.), *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher -ein Handbuch*, Neuried: Ars Una 2004.

Schweeger, Elisabeth, „Verkommene Ufer – Kunstmaterial. Von notwendigen Anachronismen wider die globale Infantilisierung“, *Das diskursive Museum*, Hg. Peter Noever, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz 2001, S. 32 – 41.

Seigner, Stefan (Hg.), *Haus der Musik. Ein Begleiter*, Christian Brandstätter: Wien 2000.

Six, Robert, „Ausstellungstypographie – Informieren & Inszenieren“, *Inszenierung und neue Medien. 10 Jahre checkpointmedia: Konzepte, Wege, Visionen*, Hg. Virgil Widrich/Stefan Reiter/Stefan Unger, Wien: Springer 2012, S. 88 – 89.

Soeffer, Hans-Georg, „Erzwungene Ästhetik. Repräsentation, Zeremoniell und Ritual in der Politik“, *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*, Hg. Herbert Willems/Martin Jurga, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, S. 215 – 234.

Staudenmayer, Ruth, „Die strategische Perspektive: Zielgruppenorientiertes Museumsmanagement“, *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden*, Hg. Matthias Dreyer/Rolf Wiese, Rosengarten-Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg Selbstverlag 2004, S. 39 – 54.

Urban, Andreas, „Sehen, Hören und Verstehen. Historisches Lernen mit Audioguides im Museum“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber, Neuried: Ars Una 2004, S. 491 – 501.

Vieregg, Hildegard K., *Geschichte des Museums. Eine Einführung*, München: Wilhelm Fink 2008.

Vogel, Brigitte, „Sehen, Fragen, Begreifen: Interaktive Stationen in historischen Ausstellungen“, *Ausstellungen anders anpacken: Event und Bildung für Besucher – ein Handbuch*, Hg. Waltraud Schreiber et al., Neuried: Ars Una 2004, S. 101 – 106.

Widrich, Virgil/Stefan Reiter/Stefan Unger (Hg.), *Inszenierung und neue Medien. 10 Jahre checkpointmedia: Konzepte, Wege, Visionen*, Wien: Springer 2012.

Willems, Herbert/Martin Jurga (Hg.), *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch,* Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998.

Ziolkowski, Theodore, *Das Amt der Poeten. Die deutsche Romantik und ihre Institutionen*, München: Dt. Taschenbuch-Verl. 1994.

Internetquellen

Bredekamp, Horst, „Weg mit dem Zweck! Die Museumsarchitektur emanzipiert sich vom Nutzbau zum Kunstwerk“, *DIE ZEIT Online*, http://www.zeit.de- / 1998/ 28/199828.museum.xml 1998, 02.11.11.

FHo, „Guggenheim-Architektur. Von der Schnecke in die Welt“, *Spiegel Online*, http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,439151,00.html 26.09.2006, 02.11.11.

Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen*, www.licht.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12

ICOM – Internationaler Museumsrat (Hg.), *Ethische Richtlinien für Museen von ICOM*, http://www.icom-oesterreich.at/shop/shop.php?detail=1240815583 2010, 15.08.2011.

Ohne Autor, *allgemeine Informationen zum Haus der Musik*, http://www.haus-dermusik.at/das-klangmuseum/16.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, *1. Etage: Das Museum der Wiener Philharmoniker*, http://www.haus-dermusik.at/das-klangmuseum/1-etage---wiener-philharmoniker/33.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, *2. Etage: Futuresphere*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/4-etage---futuresphere/36.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, *2. Etage: Sonosphere*, http://www.hausdermusik.at/das-klang-museum /2-etage---sonosphere/34.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, *3. Etage: Die großen Meister*, http://www.hausdermusik.at/das-klangmuseum/3-etage---die-grossen-meister/35.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, *Von Otto Nicolai bis Heute. Zur Geschichte des Hauses*, http://www.hausdermusik.at/presse/pressemappe/von-otto-nicolai-bis-heute/29_229.htm 16.01.2012.

Ohne Autor, „Solomon R. Guggenheim Museum“, *The New York Times*, http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/organizations/g/guggenheim_solomon_r_museum/index.html 21.10.2009, 03.11.11.

Posch, Simon K., Willkommenstext, http://www.hausdermusik.at/besucher-infos/4.htm 16.01.2012.

Weitere Quellen

Lenhardt, Helmut, Interview, Leiter der Marketing-Abteilung des Hauses der Musik, Wien 01.12.2011.

Jahresbilanz 2011. Internes Dokument vom Haus der Musik.

Besucherumfrage 2011. Internes Dokument vom Haus der Musik.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: http://www.jmberlin.de/main/DE/06-Presse/03-Fotodownload/01-Libeskind-Bau-Aussenansichten/auswahl-libeskind-bau-aussenansichten.php, 16.12.2011

Abb. 2: http://www.guggenheim.org/new-york/about/frank-lloyd-wright-building, 16.12.2011

Abb. 3: http://www.lui-styleguide.uni-tuebingen.de/wordpress/wpcontent/-gallery/george/napoleon.jpg, 18.12.2011

Abb. 4: Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen,* www.licht.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12, S. 4

Abb. 5: Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen,* www.licht.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12, S. 5

Abb. 6: Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen,* www.licht.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12, S. 7

Abb. 7: Fördergemeinschaft Gutes Licht (Hg.), *Gutes Licht für Museen, Galerien, Ausstellungen,* www.licht.de/fileadmin/shop-downloads/h18.pdf, 02.01.12, S. 7

Abb. 8: eigene Grafik

Abb. 9 - 10: http://www.selbst.de/wohnen-deko-artikel/wie-farben-die-raum-proportionen-veraendern-145037.html?i=overview, 15.12.2011

Abb. 11 – 12: eigene Grafiken

Abb. 13: http://www.ualberta.ca/~jerrya/wchs/Design%2030/cone%20of%20-vision-man.gif, 10.12.2011

Abb. 14: http://www.bta.it/img/a0/04/bta00453.jpg, 16.12.2011

Abb. 15 - 18: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 19: eigene Grafik

Abb. 20 – 23: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 24: eigene Grafik

Abb. 25 - 36: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 37 - 38: eigene Grafiken

Abb. 39: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 40 – 41: eigene Fotografien

Abb. 42 – 49: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 50 - 53: eigene Fotografie

Abb. 54: Archivmaterial des Hauses der Musik

Abb. 55: eigene Fotografie

Anhang

Interview mit Helmut Lenhardt, Marketingleitung im Haus der Musik

geführt am 01.12.2011 im Haus der Musik, Seilerstätte 30, 1010 Wien

---

1. Herr Lenhardt, „Infotainment, Edutainment und Entertainment“ bilden das Leitmotiv des Klangmuseums. Was hat es damit auf sich?

H. L.: Die Ausstellungsinhalte im Haus der Musik sind sowohl informativ als auch unterhaltsam aufbereitet. Bei vielen der interaktiven Installationen werden Informations- und Unterhaltungsformate kombiniert um komplexere musikwissenschaftliche Sachverhalte auf unterhaltsame Weise zu vermitteln. Durch die Verbindung von Information und Unterhaltung soll die Lernmotivation gesteigert und das Lernen effizienter und erfolgreicher gestaltet werden.

2. Welche Rolle spielt dabei die Inszenierung im Klangmuseum?

H.L.: Die Inszenierung ist dahingehend ausgerichtet, den Schwerpunkt auf die zahlreiche interaktive Elemente und Installationen zu legen, welche zur Entfaltung der eigenen Kreativität einladen. In realen und virtuellen Klangräumen soll Musik hör- und sichtbar werden. Ein Großteil des Museums steht ausschließlich Bereichen zur Verfügung, die den unterschiedlichsten Auseinandersetzungen mit Musik und vor allem dem Erleben von Musik gewidmet sind. Die Inszenierung legt großen Wert auf einzigartige, musikalische Erlebnisse in einer didaktisch modernst aufbereiteten Schau. Die interaktiven Ausstellungsbereiche im Haus der Musik sollen neue, innovative Zugänge zum Thema Musik bieten.

3. Wie wird das Haus der Musik nach Aussen hin inszeniert?

H.L.: Das Haus der Musik definiert sich als unkonventionelles und erlebnisorientiertes Klangmuseum, dass neue Zugänge zur Musik und zu

Klang- und Geräuschwelten ermöglicht. Das Haus der Musik vermittelt dem Besucher vollkommen neue Erfahrungen und Hörerlebnisse und weicht bewusst von der klassischen Musikvermittlung ab. Es ist ein modernes Museum, interaktiver Klangraum, Aufführungsort und Begegnung mit lebendiger Musik.

4. Wie lässt sich ein modernes Museum heute kommunizieren?

H.L.: Seit einigen Jahren setzen wir bei unserer Arbeit gezielt auch einen Schwerpunkt auf Social Media. Wir nutzen Plattformen, wie Facebook oder Twitter, um eine öffentliche und nahe Kommunikation zwischen Besuchern und dem Museum zu gewährleisten.
Inhalte, wie zum Beispiel neue Events, besondere Aktionen oder einfach nur „Wissenswertes“ über die Ausstellung, werden dabei auf unkomplizierte und direkte Weise dem Besucher präsentiert.

Zusammenfassung

Kulturelle Einrichtungen und Angebote richten sich heute mehr denn je nach den Bedürfnissen der Erlebnisgesellschaft.
Auch Museen stellen vermehrt das Erlebnis in den Vordergrund ihrer Arbeit und beugen sich den Forderungen ihrer Zielgruppen. So verwundert es nicht, dass die Inszenierung im Museum zu einem fixen, besonders wirksamen Element avancieren konnte.
Diese Arbeit beschäftigt sich mit eben diesem Phänomen und zeigt auf, dass die verschiedensten Wirkungsweisen inszenierter Inhalte innerhalb des musealen Raumes durchaus mehr als nur ein kurzweiliges Spektakel bieten können.
Als Einstieg in die Thematik wird dafür zunächst ein Abriss über die historische Entwicklung der beiden Begriffe *Inszenierung* und *Museum* geboten. Im weiteren Verlauf werden die Berührungspunkte dieser Begriffe erläutert und die damit verbundenen Problemstellungen, wie beispielsweise der Vorwurf der Manipulation, verdeutlicht und relativiert.
Der Kernteil der Arbeit beschäftigt sich detailliert mit den Besonderheiten und Wirkungsweisen einer Inszenierung im musealen Raum. Dazu werden nicht nur verschiedenartige Inszenierungstypen sowie die Möglichkeiten einer narrativen Gestaltung innerhalb des Museums vorgestellt, sondern auch ein Grundgerüst an inszenatorischen Instrumenten, die für die Gestaltung einer Ausstellung von Relevanz sind, ermittelt. Neben Besonderheiten von Exponaten und architektonischen Gestaltungsmitteln wird dabei auch die Wirkung von Licht, Text, Farben, Medien sowie Navigations- und Orientierungshilfen behandelt und beispielhaft erklärt.
Mithilfe der hier eruierten Ergebnisse wird schließlich die Ausstellung des Wiener Hauses der Musik untersucht und in ihrer Wirkung unmittelbar analysiert sowie beurteilt.
Ein abschließendes Plädoyer für inszenierte Inhalte innerhalb musealer Ausstellungen rundet die Arbeit zusammenfassend ab.

Lebenslauf

Walentina SCHULZ walentina.schulz@gmail.com

Geboren am 13. Februar 1985 in Satobolsk, Kasachstan

BERUFLICHER WERDEGANG

Seit Sept. 2010	**Eventmanagement** *Haus der Musik* – Wien, Österreich
2010	**Praktikum im Bereich Marketing & Eventmanagement** *Haus der Musik* – Wien, Österreich
2009	**Administrative Assistenz** *Theater ohne Furcht und Tadel* – Wien, Österreich
2006 - 2009	**Event-Promotion** *marketing-consult.net* – Wien, Österreich
2005 - 2006	**Event-Promotion** *Staffing* - Sydney, Australien
2002	**Redaktionelles Praktikum** *Hamburger Wochenblatt* – Hamburg, Deutschland

AUSBILDUNG

2006 - 2012	**Diplomstudium: Theater-, Film- und Medienwissenschaften** *Universität Wien* - Österreich • Spezialisierung auf Kulturmanagement, Kommunikation und Psychologie
2005	**Abitur** *Gymnasium Bornbrook* - Hamburg, Deutschland

SPRACHEN

- **Russisch:** Muttersprache
- **Deutsch:** Sehr gut
- **Englisch:** Sehr gut
- **Französisch:** Basiskenntnisse