

---

## Ausstellungen besprechen

von

*Friedrich Waidacher*

---

*„When we want shoes we go to a professed shoemaker; but for criticism we have certainly not gone to professed critics.“*

(Anthony Trollope, *The way we live now*. 1875)

### Zusammenfassung

*Museale Ausstellungen sind ein spezifischer Modus der Mitteilung. Sie zu rezensieren erfordert Kenntnis und Berücksichtigung ihrer besonderen Gestaltungsgesetze. Dies ist in der Mehrzahl der Ausstellungsbesprechungen nicht der Fall. Neben den Grundsätzen der Kritik und der besonderen Verantwortung von Kritikern werden die wichtigsten Merkmale der Ausstellungskommunikation besprochen. Die Museale Ausstellung wird als eigenständiges Medium beschrieben und die wesentlichen Merkmale guter Ausstellungen werden dargestellt. Abschließend werden eine konzise Checkliste für die kritische Besprechung von Musealen Ausstellungen und eine Auswahl weiterführender Literatur vorgestellt.*

---

### Rezensionen

Seit mehr als zweihundert Jahren gibt es eine ehrwürdige Tradition der Besprechung und Kritik von Literatur, Kunst, Musik und Theater. Große Meister des Wortes betätigten und betätigen sich als Rezensenten, ihre Namen waren und sind wohlbekannt. Wer einen ihrer Berichte liest, kann stets sicher sein, umfassend über das besprochene Werk oder Ereignis informiert zu werden.

Nun würde auch kein ernsthafter Kritiker je auf den Gedanken kommen, die Rezension einer künstlerischen Produktion ausschließlich der Beschreibung ihrer bloßen Inhalte zu widmen – ausgenommen in jenen Fällen, in denen ein Werk zum ersten Mal der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Nehmen wir zum Beispiel die Kritik eines Rezitals oder Konzerts: selbstverständlich wird sie darüber informieren, was gespielt oder gesungen wurde. Aber es wird wohl niemand erwarten, eine Beschreibung der Partitur, eine formale Analyse oder ein Gutachten über die Qualität der aufgeführten Werke vorzufinden, sondern vielmehr einen Bericht über die Auf-führung selbst. Ein künstlerisches Ereignis zu rezensieren heißt, es ge-

samthaft zu erfassen, nach den ihm zugrundeliegenden Gesetzen zu beurteilen und analytisch darzustellen.

Dieser Ansatz fehlt leider zumeist bei der Besprechung musealer Präsentationen.

Tatsächlich wird die Leserschaft zwar immer wieder über Picassos Blaue Periode, die formalen Gesetze Etruskischer Ornamentik oder die Reproduktionsgewohnheiten flügelloser Fliegen belehrt; aber kaum je erhält sie Informationen über das Ausstellungskonzept, seine Umsetzung, das Design, die Beleuchtung, die Texte – all dies, wie man erwarten sollte, gemessen an den Absichten und Zielen der Ausstellung und an den gegebenen Möglichkeiten. Kaum je ist eine Ausstellungsbesprechung eine „positive kritische Evaluation statt einer Gratulation.“<sup>1</sup>

### **Das Wesen der Kritik**

Kritik, die Kunst der Untersuchung und der unterscheidenden, vergleichenden Beurteilung, beruht auf einem Denkansatz, der gegebene Tatsachen nicht ohne weiteres als erwiesen ansieht, sondern sie im Einklang mit bestimmten Normen bewertet. Diese Haltung gehört zu den wichtigsten Fähigkeiten des Menschen, weil ohne sie kein kultureller Fortschritt denkbar ist. Daher ist sie potentiell auch selbst ein produktiver Faktor und kann von sich aus auf neue Schöpfungen einwirken. Von einer guten Kritik kann erwartet werden, daß sie klar ihre Voraussetzungen erkennen läßt und, so weit dies möglich ist, nachprüfbar gerechtfertigt werden kann. Schließlich sollen auch, neben allfälligen negativen Merkmalen, alle positiven Eigenheiten des kritisierten Ereignisses oder Werkes berücksichtigt werden.

### **Verantwortung der Kritik**

„Kritik ist eine Form der besonnenen Untersuchung, die reiche Erfahrung und disziplinierte Einsicht erfordert.“<sup>2</sup> Kritiken sind heutzutage nicht weniger einflußreich als in der Vergangenheit. Sie lenken die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf bestimmte wichtige Ereignisse, ja sie entscheiden manchmal darüber, ob etwas als wichtig angesehen wird. Kritiken können das Verstehen fördern und der freien Entwicklung der öffentlichen Meinung dienen. Daher ist der Beruf des Kritikers auch so verantwortungsvoll. Seine Voraussetzungen sind mannigfach: abgesehen von den notwendigen soliden und aktuellen Kenntnissen der entsprechenden Sachbereiche sind dazu ein aufgeschlossener Verstand erforderlich, Fähigkeit und Bereitschaft zu ständigem Lernen, ferner eine unabhängige Auffassung, ausgezeichnete verbale Ausdrucksfähigkeit, viel Erfahrung und, nicht zuletzt, Taktgefühl.

### **Gibt es eine nennenswerte Kultur der Ausstellungskritik?**

Leider nein. Einerseits waren Museumsleute stets höchst zurückhaltend, wenn es darum ging, die Qualität ihrer Ausstellungen zu bewerten. Zum

---

<sup>1</sup> McManus, P., *Reviewing the Reviewers*, *The International Journal of Museum Management and Curatorship* 5/3, 1986: 213.

<sup>2</sup> Nach: Dewey, J., *Art as Experience*. New York 1958

anderen verfügen zwar viele Kritiker über ausgezeichnete Kenntnisse in den Fachbereichen, die sich mit den ausgestellten Objekten selbst befassen – Archäologie, Kunstgeschichte, Kulturgeschichte, Völkerkunde, um nur einige zu nennen -, ihr Wissen um die Belange der Ausstellungskommunikation selbst jedoch ist häufig ebenso unterentwickelt wie jenes der vielen Fachspezialisten, die noch immer zum Schaden des Publikums Ausstellungen produzieren.

Daher war es auch bisher, ungeachtet weniger löblicher Ausnahmen<sup>3</sup>, nicht möglich, überhaupt eine nennenswerte Kultur der Ausstellungskritik zu entwickeln. Von der Qualität gar, über die etwa Kritiken im Bereiche des Musiktheaters seit Generationen verfügen, kann bei Ausstellungskritiken nur geträumt werden. Man stelle sich etwa die Rezension einer Opernaufführung vor, die sich auf eine Inhaltsangabe der Handlung beschränkt, hingegen die Leistung des Dirigenten, der Sänger, des Orchesters nicht beachtet, die Regie und ihr Konzept nicht bespricht und bewertet, das Bühnenbild, die Ausstattung, den Stil, das Tempo, die Atmosphäre, den Gesamteindruck der Veranstaltung einfach ignoriert. Bei Ausstellungskritiken ist derlei jedoch fast die Regel.

### **Sinnvolle Museumskommunikation**

Kommunikation mit der Öffentlichkeit, die ihren Zweck erfüllen soll, muß berücksichtigen, daß die gesellschaftlichen Bedingungen sich ebenso ändern wie die Geisteshaltung des Publikums. Um dies angemessen wahrnehmen zu können, ist es notwendig, die Trends der Gesellschaft und ihrer Kultur aufmerksam zu beobachten und angemessen zu berücksichtigen. Vermittlung von Ideen mit Hilfe tatsächlicher authentischer Objekte ist Angelegenheit des Museums und niemandes sonst. Sie kann nicht ersetzt werden und ihre besondere Qualität kann nicht mit den Mitteln anderer Kommunikationsformen erreicht werden. Museumskommunikation erfordert aktive Beteiligung des Publikums, sie verlangt eine ganz bestimmte Art der emotionalen und wahrnehmenden Aufmerksamkeit. Daher bietet gute Museumskommunikation nicht einfach Dinge zum Ansehen, sondern Möglichkeiten der Erfahrung. Diese Erfahrung ist freilich nicht automatisch verfügbar, aber sie ist ein Potential, das aktiviert werden muß. Deshalb ist es Aufgabe der Museumskommunikation, eine „Brücke der Bereitschaft“ (K. HUDSON) zwischen Ausstellung und Publikum zu errichten. Diese Brücke beginnt allerdings schon spätestens beim Zugang zum Ausstellungsgebäude und führt direkt ins Herz der Ausstellung. Dort sind es jedoch nicht die Objekte selbst, die letztlich zählen, sondern die möglichen Veränderungen, die sie in ihren Betrachterinnen und Betrachtern in Gang setzen. Dies ist auch der Grund, weshalb eine positive Gesamtatmosphäre eine so entscheidende Rolle spielt. Sie ist Teil des Maßnahmenpaketes, das insgesamt zu einer erfolgreichen und sinnvollen Kommunikationserfahrung führen kann.

---

<sup>3</sup> Vgl. z. B. : Rabineau, P., "The Universe in Your Hands. Early Tools of Astronomy", *Curator* **38/3**, 1995: 190-196; Bitgood, S. and A. Benefield, "Critical Appraisal of the Heart Exhibition at the Franklin Institute of Science", *Visitor Behavior* **X/3**, 1995: 14-16; Stránský, Z. Z., "Die Rückkehr Kaiser Rudolf II. auf die Prager Burg : Analyse einer bedeutenden Ausstellung", *Museum Aktuell* **44/99**, 1999: 1592-1594.

M. BELCHER<sup>4</sup> nennt die folgenden sechs Grundsätze erfolgreicher Interpretation durch Ausstellungen:

- Interpretation, die sich nicht auf die Persönlichkeit oder die Erfahrungen ihrer Adressaten bezieht, ist steril;
- bloße Information ist noch nicht Interpretation. Andererseits ist Interpretation Aufklärung, die auf Information beruht;
- Interpretation ist, unabhängig von den benutzten Materialien, eine Kunst, die viele Künste zusammenführt;
- der Hauptzweck von Interpretation ist nicht Belehrung sondern Herausforderung;
- Interpretation muß auf die Darstellung eines Ganzen zielen anstelle eines Teiles, und sie muß sich an den ganzen Menschen richten;
- Interpretation, die sich ausdrücklich an Kinder richtet, darf nie eine verwässerte Version der Interpretation für Erwachsene sein; sie muß eine grundlegend anderen Methode befolgen.

### **Museale Ausstellungen als besonderes Medium**

Museumskommunikation spricht ihre eigene Sprache. Diese Sprache ist typisch und darf nicht durch fremde Kommunikationsformen, wie Texte und audiovisuelle Informationen, überdeckt werden. Objekte und Ausstellungsgruppen sind Metaphern, die direkt das Gemüt ansprechen. Es ist daher äußerst wichtig, daß sie nicht durch Fachwissenschaftler oder Erzieher, sondern durch Künstler geschaffen und gestaltet werden, durch Menschen mit einem starken poetischen Instinkt, die gelernt haben, sich durch Bilder auszudrücken. Jedes Bild ist eine Aussage, jedes Objekt kann als eine Gruppe von Aussagen betrachtet werden.<sup>5</sup> Um aus der augenscheinlichen Begegnung von Gegenständen und Individuen aktives Verstehen zu erwirken, müssen die wesentlichen Eigenschaften der Tatsachen, die durch Objekte ausgedrückt werden sollen, klar herausgearbeitet werden. Sollte es nicht möglich sein, diese Eigenschaften eines Objektes deutlich zu machen, wäre es unnützlich, unverständlich, verwirrend und schlechter als gar kein Objekt – all seiner Authentizität, seinem Wert oder seiner Schönheit zum Trotz.

Wahrnehmung erfolgt in Musealen Ausstellungen vor allem visuell. Es ist eine elementare Verpflichtung von Kuratoren, zu abstrahieren und die wesentlichen Informationen interessant zu gestalten. Uninteressante Einzelheiten dürfen den Fluß einer einfachen, klaren, verständlichen und ein-drucksvollen Bildsprache niemals behindern.

### **Museale Ausstellungskommunikation**

Die Museale Ausstellung ist, unabhängig vom Thema, in allen Fällen ein spezifisches künstlerisches Medium sui generis und damit das diametrale Gegenteil einer wissenschaftlichen Aussage. Sie ist keine Anschlagtafel,

---

<sup>4</sup> *Exhibitions in museums*. Leicester; London 1991.

<sup>5</sup> Vgl. Arnheim, R., *Anschauliches Denken : Zur Einheit von Bild und Begriff*. Köln 1972.

keine Wandzeitung, keine Poster Session, keine Warenschau, sondern das Ergebnis des künstlerischen Zusammenwirkens inhaltlicher und formaler Gestaltungskräfte auf Grundlage wissenschaftlicher Fakten.

Sie ist auch nicht da, um Spaß zu machen, Entertainment zu bieten: Spaß ist kurzlebig, ereignet sich nur im Augenblick und wirkt nicht weiter, wie dies Freude durchaus kann; und Unterhaltung ist etwas für ein passives Kollektiv. Für solche Ziele wäre auch der hohe Aufwand, den die Gesellschaft durch die Erhaltung von Museen in Kauf nimmt, nicht zu rechtfertigen.

Eine Ausstellung soll vielmehr in ihren Adressaten etwas in Bewegung setzen, etwas, von dem eine Idee schon in ihnen ist und das durch die Ausstellung geweckt wird. Sie ist auch nicht Schaustellung, sondern hermeneutische Darstellung, Präsentation, Vergegenwärtigung. Ihre Aufgabe ist es, Bedeutungen, die mit authentischen Objekten und Daten verbunden sind, ganzheitlich zu vermitteln. Dies geschieht mit Hilfe dieser Objekte und Daten und eines Bündels von interagierenden Elementen, die vorrangig an alle Sinne und erst in der Folge an den Intellekt appellieren – Raum, Fläche, Farbe, Struktur, Textur, Proportion, Licht, Klang, Wort, Atmosphäre.

Da Musealien per Definition Nouophoren sind, Träger von Geistigem, von Gedachtem, von Bedeutungen, die ihnen zugemessen werden, liegt ihr Sinngehalt auch nicht oder nicht allein in ihrer äußeren Erscheinung. Er ist vielmehr wesentlich in ihrem individuellen Sein begründet, in ihrer je einmaligen Biographie. Daher greift auch jeder Versuch, Ausstellungen nach semiotischen Kategorien schaffen und verstehen zu wollen, zu kurz. Nur ihre Betrachtung nach ontischen Gesichtspunkten ist letztlich imstande, aus der Fülle möglicher Objektbedeutungen jene zu erkennen und zum Klingen zu bringen, die mit dem Ziel ihrer jeweiligen Darstellung konform gehen. Dies ist freilich nicht im Sinne jenes oft dominierenden, fachwissenschaftlich bedingten Objektfetischismus zu bewerkstelligen, der Objekte ausschließlich um ihretwegen sammelt und ausstellt, sondern nur durch Vermittlung jener Werte, die den Objekten durch Zuschreibung innewohnen.

Die Produktion einer Ausstellung ist daher ein hochkomplexer Vorgang. Sie fordert vom Ausstellungsteam die große Kunst, abstrakte konzeptuelle Ideen in eine visuell überzeugende und faßbare Präsentation zu übersetzen. Museale Ausstellungen sind ausgeprägt symbolisch. Keines ihrer Objekte steht für sich selbst, auch wenn es noch so attraktiv aussieht, sondern es dient als Nachweis bestimmter Wirklichkeiten.

Museale Ausstellungen sind daher auch nicht Orte des formalen Wissenserwerbs, sondern des Verstehens, sie bieten die Möglichkeit zu freigeählter kategorialer Bildung.<sup>6</sup> Was heute als Bildung oder Interpretation in

---

<sup>6</sup> Bei dieser wird durch informelle Begegnung mit dem Einmaligen und Beispielhaften ein inneres Betroffensein ausgelöst. (Im Gegensatz zu ihr stehen die materiale Bildung, die der Stoffaneignung dient, und die formale Bildung, die zu Funktionsgewinn führt. Beide gehören in den Bereich des Lehrens und Lernens.) Es steht selbstverständlich außerhalb jeder Diskussion, daß man auch in Ausstellungen lernen kann. Jedoch hat das Museum andere wesentliche Aufgaben und ist als Lernort nachgewiesenermaßen viel weniger geeignet als andere Institutionen und Vermittlungsformen.,

Museen bezeichnet wird, ist das Herstellen einer Beziehung zwischen den Sammlungen und den Bedürfnissen und Interessen des einzelnen Besuchers.<sup>7</sup> Daher ist die eigentliche und unverwechselbare Form der musealen Kommunikation die direkte und mit allen Mitteln der Vermittlungskunst geförderte Begegnung mit dem authentischen Objekt, der Musealie. Diese Begegnung ist vielschichtig, sie umfaßt emotionale, intellektuelle und verhaltensbezogene Kategorien.<sup>8</sup> Das Publikum, Benützer der Ausstellung, versucht naturgemäß, aus dem Ausstellungsbesuch Gewinn zu ziehen. Jeder Mensch reagiert daher, bewußt oder unbewußt, durch Gefühle, Empfindungen und Meinungen (emotional), indem er nach Tatsachen, Prinzipien und Querverbindungen sucht (intellektuell) und durch den Wunsch nach Verbleiben, Flucht, neuerlichem Besuch oder gar Verhaltensänderung (verhaltensbezogen).

„Das Sich-Erschließen der in den Objekten verborgenen Geschichte geschieht unter dem Aspekt der Bildung selbständig, aber nicht alleingelassen, rational, aber nicht gefühlsmäßig unengagiert, auf der ‚Folie‘ der je eigenen Voraussetzungen, aber nicht beliebig, ambitioniert, aber nicht unverschämt, sondern diskret und respektvoll.“<sup>9</sup> Daher unterscheidet sich auch Bildung im Museum so wesentlich von allen anderen Formen der Bildung.

Der Besuch einer Ausstellung ist ein hochkomplexes Ereignis, zu dem auch wesentlich die bewußte oder unbewußte Interaktion mit der gesamten Ausstellungsumwelt gehört – Boden und Decke ebenso wie Treppen, Türen und Fenster, Feuerlöscher, Klimageräte, Telephone, Lichtschalter, Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Gerüche, Fremdgeräusche und, nicht zuletzt, Aufsichtspersonal und andere Ausstellungsbesucher.

Eine Museale Ausstellung muß daher von sich aus alle Voraussetzungen dafür bieten, daß aus ihrem Besuch ein Ereignis werden kann, das vom besuchenden Individuum jeweils neu hervorgebracht wird und sich damit immer wieder zu einem neuen Ganzen fügt.

Ihr Ziel ist es, in den teilhabenden Subjekten Resonanz zu bewirken, die es ihnen möglich macht, die gebotenen Inhalte in schöpferischer Weise zu rezipieren, zu assimilieren und sie schließlich in je eigene, forzeugende Erfahrung zu transformieren.

Präsentation und Interpretation authentischer Sammlungsobjekte unterscheidet die Museale Ausstellung grundsätzlich von allen anderen Darstellungsformen. Sie ist symbolische Mitteilung einer Botschaft und sie repräsentiert abstrakte Ideen und Erkenntnisse durch greifbare Objekte. Darüber hinaus stellt sie diese Inhalte nicht nur dar, sondern beweist sie auch mit Hilfe der Musealien.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Vgl. Hooper-Greenhill, E., *Museum and gallery education*. Leicester; London; New York 1991.

<sup>8</sup> Vgl. Doering, Z. D. and A. J. Pekarik, The Exhibition Dialogue: An Outline, *Exhibitionist* 12/2, 1993: 8-11.

<sup>9</sup> Brinek, G., Das Museum – eine Bildungsanstalt. Einige unsystematische Anmerkungen zu einem bekannten Problem. *Neues Museum* 2 und 3, 1991: 110.

<sup>10</sup> Dies zeigt sich besonders gut im Englischen, in dem „exhibit“ nicht nur „Ausstellung“, „Ausstellungsobjekt“ und „Ausstellungsemble“ heißt, sondern auch „Beweisstück im Gerichtsverfahren“.

Eine Ausstellung ist keinesfalls eine Nachbildung der Alltagswirklichkeit, sondern sie stellt eine eigene kulturelle Wirklichkeit dar, die wie alles im Museum Metarealität ist. Dies unterscheidet sie auch so grundsätzlich in Inhalt und Erscheinung von allen anderen Ausstellungsarten. Während das bloße Zeigen von Objekten Ostension ist, Sehenlassen, ist eine Museale Ausstellung Präsentation, Vergegenwärtigung. Sie bietet nicht nur dar, sondern erzählt, deutet, legt aus, interpretiert.

Museale Kommunikation findet in einem ausdrücklich informellen Umfeld statt und vermittelt nicht primär Wissen oder gar Fertigkeiten. Die subjektive Erfahrung von Museumsbesucherinnen und –besuchern bedeutet vor allem persönliches Gewährwerden von Inhalten und Bedeutungen, die sie als wichtig erachten. Diese werden allerdings manchmal auch erst geraume Zeit nach dem Ausstellungsbesuch und auch nur dann nachhaltig bewußt, wenn der Besuch in persönlicher Nachbereitung „zum symbolischen Bezugspunkt für Unterhaltungen und Gespräche“ wird.<sup>11</sup>

Daher lassen sich auch der letztlich verbleibende individuelle Eindruck und die Auswirkung von Ausstellungen weder vorhersagen noch quantifizieren. Aber ihre Qualität kann sehr gut beurteilt werden, nämlich ihre Fähigkeit zur Kommunikation, also ob und wie gut sie die Wahrnehmung ihrer Inhalte fördern.<sup>12</sup>

Kompetente Ausstellungskritik ist ein wichtiges Hilfsmittel hierzu.

### Planungsfehler

Es gibt viele Möglichkeiten für Ausstellungsplaner, schwere Fehler zu begehen. Neben den Verstößen etwa gegen die Objekte, den Hausverstand und die Grundsätze der Kommunikation<sup>13</sup> sind dies vor allem die Verwechslung von Ausstellungen mit wissenschaftlichen Vorlesungen und Lehrbüchern oder die völlige Mißachtung der Tatsache, daß eine Ausstellung für das Publikum da ist, für lebende Kreaturen, die ein Recht darauf haben, daß man sich um sie kümmert, physisch ebenso wie geistig. Nach wie vor wird von Menschen, die bestimmte Fachkenntnisse besitzen, erwartet, daß sie auch in den jeweils dargestellten, ihnen fremden Fachbereichen wissend sind, während hingegen manchmal ihre Intelligenz gewaltig unterschätzt wird. Wer immer Ausstellungsbeschriftungen aufmerksam liest, wird reichlich Beispiele dafür finden.<sup>14</sup> Und auch J. M. HJORTH's satirische Broschüre „How to make a rotten exhibition“ ist auch nach Jahren noch so aktuell wie je.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Treinen, H., „Strukturelle Konstanten in der Entwicklung des Museumswesens“, in: W. Zacharias (Hrsg.), *Zeitphänomen Musealisierung: das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung*. Essen 1990.

<sup>12</sup> Vgl. Shettel, H. H., „Exhibits: Art form or educational medium?“, *Museum News*, **52**, 1973: 32-41.

<sup>13</sup> Vgl. Schuck-Wersig, P. und G. Wersig. *Die Lust am Schauen oder Müssen Museen langweilig sein?* Berlin 1986.

<sup>14</sup> Vgl. Waidacher, F., „Objekt und Besucher - Das Museum als Vermittler“, *Landesmuseum Joanneum Graz, Jahresbericht 1987*, N. F. **17**, 1988: 141-149.

<sup>15</sup> Stockholm, rev. ed. 1978.

## **Ausstellungsdramaturgie**

Eine Mitteilung, die verstanden werden will, muß die Möglichkeiten und die Bedürfnisse der Adressaten berücksichtigen. Daher müssen Museale Ausstellungen auch den Grundgesetzen der Dramaturgie folgen. Ihre Mittel umfassen die gesamte öffentliche Erscheinung des Museums.<sup>16</sup> In einer Gruppe aktiver Teilnehmer an einem Kommunikationssystem kann absolut nichts getan, gesagt oder gezeigt werden, ohne daß es Folgen hat. Deshalb müssen alle Elemente, die in der Kommunikation eingesetzt werden, bestimmte Grundsätze berücksichtigen, darunter das Kommunikationsniveau des Publikums und die Tatsache, daß jedes einzelne inhaltliche und formale Gestaltungselement nur im Kontext mit allen anderen Elementen wahrgenommen und verstanden werden kann.

Die folgenden dramaturgischen Kriterien<sup>17</sup> bieten nicht nur für die Inhaltsgestaltung von Ausstellungen eine Fülle von Hilfen, sondern können gleichermaßen als Richtschnur bei deren Beurteilung herangezogen werden:

### **Aufbereitung des Stoffes**

- Fachliche Richtigkeit;
- Formale Entsprechungen: keine unzulässige Verkürzung komplizierter Zusammenhänge;
- Gliederung: klar nachvollziehbare Reihenfolge, jedoch ohne Zwang, einer bestimmten Linie folgen zu müssen;
- Anordnung des Materials nach Rezipierbarkeit, Vermeiden von Überlastungen, Ruhezeiten, Bildung von Algorithmen der Rezeption (Darstellungseinheiten, die nicht wiederholt erklärt werden müssen);
- Probeverfahren: Untersuchung ähnlicher Angebote unter ähnlichen Bedingungen (formative Evaluation);
- Anlegen des Grundschemas: Vorstellung des Problems, der Frage, der Information; Darstellung; Schlußfolgerung oder Anbieten der Voraussetzungen, selbst Schlußfolgerungen zu ziehen;

### **Rezeptionsvoraussetzungen**

- Allgemeines Eingebundensein in eine wenn auch noch so vielschichtige Zielgruppe;
- Stoffliche Relevanz;
- Formale Attraktivität;
- Berücksichtigung des Aufmerksamkeitspotentials, des Interesses, der Vorkenntnisse, Vorurteile oder Aversionen des Publikums;

### **Zielsetzung**

---

<sup>16</sup> Vgl. Sears, H., Planning for galleries and displays, in: B. Lord und G. D. Lord (Eds.), *Planning our museums*. Ottawa 1983.

<sup>17</sup> Nach: Dworak, E., *Skriptum zum ORF-Dramaturgieseminar*. Hrsg. von ORF-Berufs- und Fortbildung. Wien, o. J.



- Möglichst detaillierte Beschreibung des Problemumfeldes (des Themas);
- Klare Gliederung der kognitiven, affektiven und psychomotorischen Angebotskomponenten und Angebot an der richtigen Stelle;

### **Optimierungsmethoden und zusätzliche Überlegungen**

- Ausreichende Vorinformation und Planung durch den Gestalter;
- Ausnützen aller gestalterischen Möglichkeiten der musealen Präsentation;
- Darstellung über verschiedene Rezeptionskanäle und unkonventionelle „Einflugschneisen“: emotional, rational, aktional, ästhetisch;
- Sachliche Richtigkeit, Kürze, Klarheit, Systematik und Gliederung;
- Informationswert, Gebrauchswert, Motivierung, Varianz und Vielfalt, Linearität, Vermeidung von Ablenkungen, Zielgruppenrelevanz, Begleitmaterialien.

### **Orientierung**

Orientierung spielt bei den Erfahrungen eines Ausstellungsbesuches eine entscheidende Rolle. Sie muß sowohl topographisch gewährleistet sein (Wegweiser, Pläne, Rauml原因) als auch intellektuell (Vorinformation, Überschriften, Beschriftungen, Faltblätter, Saalzettel, Kataloge, Führungen, Vorträge, AV-Programme u. dgl.). Wenn diese Hilfsmittel allerdings nicht gezielt, sondern aleatorisch eingesetzt werden, tragen sie nur zur Verwirrung des Publikums bei. Sie können nur dann positiv wirken, wenn sie eindeutig, leicht wahrnehmbar und mit der gesamten Ausstellung konsistent sind. Fehlende Erklärungen und Anleitungen vermitteln Besuchern ein Gefühl der Hilflosigkeit, das Abneigung gegen die Ausstellung erwecken und zu negativen Urteilen über die Veranstalter führen kann.

### **Besucherdisposition und physische Anforderungen**

Das Ausstellungspublikum setzt sich aus Menschen zusammen. Daher ist Rücksicht auf ihre physische und psychische Disposition notwendig: Alter, Körperhaltung, Betrachtungswinkel, Höhe, Sicherheitsgefühl, Behinderungen, Ermüdung, Bildungsvoraussetzungen, Interesse, Frustrationstoleranz. Zu den wichtigsten physischen Bedingungen gehören ein angenehmes Raumklima, sorgfältige Beleuchtung, die nicht stört, sondern unterstützt, gute Akustik, angenehme Materialien, Strukturen und Farben, angemessener Bewegungsraum und Ruhemöglichkeiten. Für die Präsentation selbst ist die richtige Anordnung von Objekten im Raum und innerhalb ihrer Mikro-Umwelt wichtig. Nachlässigkeit ist der Hauptgrund für irreführende Mißverständnisse. Eine gute, ästhetisch ansprechende und dem Thema angemessene Typographie ist ebenso wichtig. Jede Einzelheit zählt.

### **Was heißt „gute Ausstellung“?**

Eine „gute Ausstellung“ soll die folgenden Eigenschaften aufweisen<sup>18</sup>:

---

<sup>18</sup> Nach: Jones, W., *Exhibit planning, development, and implementation procedures*. Center for Social Design, Technical Report No. 87-60. Jacksonville, Al., 1986.

- sie ist abgesichert und sicher und schützt Besucher, Personal, Objekte und Gebäude;
- sie ist gut sichtbar, weil sie angemessen und bewußt beleuchtet ist und ein Minimum an Unbequemlichkeit und Ablenkung enthält;
- sie sieht gut aus, weil sie gut gemacht, sorgfältig komponiert und aufgebaut ist und weil sie sauber und in guter Form gehalten wird;
- es rentiert sich, sie zu besuchen, weil sie für die Zeit und die Aufmerksamkeit des Publikums Qualität bietet;
- sie wirkt durch vernünftiges Design, Qualität der Herstellung und einen positiven visuellen Eindruck anregend;
- sie hält die Aufmerksamkeit aufrecht, weil ihr Inhalt interessant ist und gut gegliedert dargestellt wird und weil sie das Publikum einbezieht;
- sie erzählt eine wichtige Geschichte auf einfache Weise, indem sie konzis ist und alle Möglichkeiten der nichtschriftlichen Interpretation einsetzt; wo Texte erforderlich sind, werden Fachausdrücke und komplizierte Ausdrucksweisen zugunsten eines kommunikativen und feinfühligem Stils vermieden;
- sie weckt Neugier und Phantasie, weil sie nicht alle denkbaren Einzelheiten mitteilt, sondern auch Fragen stellt,<sup>19</sup> und weil sie erkennen läßt, daß es noch mehr zu entdecken gibt.

### Was ist erforderlich?

„Da Museumsleute versuchen, Museumsausstellungen zu definieren und zu beurteilen – sowohl den Prozeß als auch die Erfahrung – gibt es ein zunehmendes Bedürfnis nach einem Forum für die kritische Besprechung von Ausstellungen. In der Vergangenheit wurden Ausstellungsbeurteilungen durch Fachfremde vorgenommen. Diese Besprechungen haben sich in der Regel auf fachliche Inhaltsangelegenheiten konzentriert oder auf gestaltungsbezogene ästhetische Sachverhalte. (...) Wie jede andere Kritik erfordert auch Ausstellungskritik spezielles Expertenwissen. Es erfordert Wissen um das Medium (...) ; die Fähigkeit, seinen Standpunkt klar auszudrücken; und vor allem eine gehörige Portion Furchtlosigkeit. Ausstellungskritiker müssen die Einschränkungen und Möglichkeiten des Mediums verstehen und erkennen, daß sie sich auf die Erfahrungen von Menschen in Ausstellungen konzentrieren müssen. Wenn Ausstellungsfachleute sich über ihren Beruf klarwerden und über die Elemente, die eine ‚gehaltvolle‘ Ausstellung ausmachen, werden auch Rezensionen ein wesentlicher Bestandteil der Ausstellungspraxis werden (...)

Gute Ausstellungsbesprechungen versuchen jene Eigenschaften einer Ausstellung zu erkennen, zu definieren und zu analysieren, die persönliche Reaktionen und Eindrücke hervorrufen; und sie bemühen sich, wichtige Elemente wahrzunehmen und sie zur ganzen Ausstellung in Beziehung zu setzen. Das bedeutet, daß Kritik auf unmittelbarer Wahrnehmung fu-

---

<sup>19</sup> Vgl. Litwak, J. M., Using Questions as Titles on Museum Exhibit Labels to Direct Visitor Attention and Increase Learning. (PhD Thesis). Minnesota 1996.

ßen muß – auf der persönlichen Erfahrung des Kritikers von und in der Ausstellung – und nicht auf Informationen, die durch die Ausstellungsplaner gegeben wurden. Nach dem Besuch einer Ausstellung kann ein Kritiker hingegen über die Absichten der Planer und darüber, wie gut die Ausstellung diesen entspricht, nachdenken. Aber jede gute Kritik hat ihre Grundlage in der direkten Erfahrung.“<sup>20</sup>

### **Stichworte für Ausstellungskritiker**

Die folgende, von mir ergänzte und paraphrasierte Zusammenstellung von Fragen und Hinweisen nach K. McLEAN (op. cit.)<sup>21</sup> könnte die Grundlage für einen Leitfaden zur praktischen Anwendung für Ausstellungskritiker bilden. Es wäre zu wünschen, daß diese Liste entsprechend dem bisher Ausgeführten und je nach individuellen Kenntnissen und Neigungen erweitert wird:

#### **Vor der Ausstellung**

Was hat Sie in die Ausstellung gebracht? Wo hörten Sie zuerst davon? Sahen Sie Hinweise bei der Einfahrt in den Ort, am Bahnhof, am Flughafen, im Hotel, im Bus, in der Straßenbahn oder U-Bahn? Haben Sie Taxilenker, Kellner oder Freunde darauf aufmerksam gemacht? Überprüfen Sie die Zubringerstraße zum Museum. Wann gab es den ersten Hinweis auf das Museum und die Ausstellung? Wie sehen der Zugang, die Stiegen, der Eingang, der Informationstisch aus? Gibt es Hinweise auf die Art des Museums und der Ausstellung? Was ist Ihnen zuerst aufgefallen? Sind Sie freundlich empfangen worden? Wie ist die Atmosphäre? Ist sie angenehm und einladend oder abweisend, haben Sie sich willkommen gefühlt? Ist der Zugang zur Ausstellung klar bezeichnet? Gibt es leicht verfügbare Informationen? Ist jemand da, den Sie fragen können. Sind Sie schon müde?

#### **Beim Ausstellungseingang**

Ehe Sie die Ausstellung betreten, halten Sie an und vermerken Sie ihre ersten Reaktionen. Zieht etwas Ihre Aufmerksamkeit an: der Titel, die Struktur, Farben, Töne, Gerüche, Temperatur, Gedränge, Leere, Objekte, Beleuchtung? Fühlen Sie sich in den Ausstellungsbereich gezogen oder würden Sie lieber anderswohin gehen?

#### **Übersichtlichkeit**

Können Sie von Ihrem Standpunkt aus das Ausstellungsthema erkennen? Gibt es Vorausinformationen, Eingangsinszenierungen oder erklärende Texte oder Graphiken, die Ihnen helfen, den Umfang und die Anordnung der Ausstellung zu erkennen? Beschreiben die Texte, was Sie erfahren können, geben sie eine Übersicht, aus der Sie Teile der Ausstellung auswählen können, stellen sie das Ausstellungsteam vor und erklären dessen Absichten? Wohin gehen Sie vom Eingang und warum? Gibt es in der Ausstellung einen vorgegebenen Weg, der durch Hinweise, Graphiken,

---

<sup>20</sup> Nach: McLean, K., *Planning for people in museum exhibitions*. Washington, D. C., 1993.

<sup>21</sup> Wie Anmerkung 16.

die Ausstellungsstruktur oder Mobiliar angezeigt ist? Haben Sie die Möglichkeit, unter mehreren Wegführungen zu wählen? Gibt es eine erkennbare inhaltliche Struktur, zeitlich, örtlich oder nach welchen Grundsätzen sonst? Haben Sie das Gefühl, durch das Raumlayment eingeengt zu sein? Sind bestimmte Objekte isoliert, gruppiert oder gehäuft und können Sie feststellen, warum dies so ist? Gibt es ordnende Elemente wie Fahnen, Säulen, Graphiken, hervorgehobene Objekte und Ensembles oder sind Themen und Unterthemen durch Raumbeschriftungen gegliedert. Bestehen klare Beziehungen zwischen allen diesen Orientierungselementen?

### **Die Ausstellungsräumlichkeiten**

Wie ist der Raum insgesamt genutzt? Unterstützt er die Wahrnehmung der Ausstellung? Können Sie sich auf die Ausstellung konzentrieren oder gibt es andere Aktivitäten oder Ausstellungen, die Ihre Aufmerksamkeit ablenken? Ist dafür gesorgt, daß Individualbesucher nicht durch geführte Besuchergruppen gestört werden? Gibt es für Schulklassen eigene Besuchszeiten außerhalb der regulären? Regt Sie das Design der Ausstellung dazu an, mit anderen Besuchern Kontakt aufzunehmen oder fühlen Sie sich isoliert? Fällt Ihnen jetzt die Temperatur, die Luftfeuchtigkeit oder die Qualität der Luft auf? Welche Töne und Geräusche können Sie hören? Hören Sie Schritte, Gespräche anderer Besucher, die Erklärungen von Ausstellungsführern, überlappende Musik- und Tonbeispiele, Maschinengeräusche, Verkehrslärm? Werden Sie von audiovisuellen Darstellungen angezogen oder fühlen Sie sich davon gestört? Sind angemessene Sitzgelegenheiten in ausreichender Zahl und kluger Anordnung vorhanden? Gibt es bestimmte Bereiche in der Ausstellung, in denen Sie sich unbequem fühlen? Warum? Haben Sie den Eindruck, unter zu vielen Menschen oder zu allein zu sein? Können Sie nahe genug an alles herantreten, das Sie interessiert? Achten Sie auf alles, das sie anzieht. Schauen Sie umher. Gibt es Anziehungspunkte innerhalb Ihres Sehfeldes, die Sie in bestimmte Bereiche locken? Gehen diese mit einem bestimmten Organisationsprinzip konform? Ziehen Lichteffekte, Farben oder Töne Ihre Aufmerksamkeit auf sich? Warum? Und wenn Sie dorthin gegangen sind, hatte das mit dem Inhalt der Ausstellung zu tun oder war es überflüssig? Achten Sie auf zusätzliche Einrichtungselemente wie Stilmöbel, Pflanzen, Modelle und Inszenierungen. Unterstützen sie die das Ausstellungsambiente? Beziehen sie sich auf das Ausstellungsthema? Oder lenken sie Sie von den Exposita ab? Wie wirkungsvoll ist die Beleuchtung, reicht sie aus? Ist der Raum allgemein beleuchtet oder werden Objekte, Hinweise und Beschriftungen extra hervorgehoben? Gibt es Schatten oder Reflexe, die die Betrachtung der Ausstellung behindern? Ist Personal anwesend und ist es höflich und hilfsbereit? Ist ein Wachorgan in der Nähe? Gibt es spezielle Sicherheitseinrichtungen wie Reflektoren, Kameras und Lichtschranken und stören sie? Wie gut ist die Ausstellung gepflegt? Können Sie Flecken auf Schutzgläsern sehen? Gibt es Fingerabdrücke und Staub auf Flächen? Sind Farben und andere Oberflächen abgenutzt oder beschädigt? Sind Beschriftungen abgelöst? Wendet sich die Ausstellung an ein bestimmtes Publikum? Wie können Sie das erkennen? Wird auf Kinder Rücksicht genommen? Ist die Ausstellung für Gehbehinderte zugänglich?

Ist für hör- und sehbehinderte Besucher gesorgt? Sind Sie schon müde und haben doch erst nur einen Teil der Ausstellung gesehen?

### **Angemessenheit der Kommunikationsmedien**

Beachten Sie den Gebrauch von Ausstellungselemente, Objekten und Bildmedien. Gibt es in der Ausstellung Möglichkeiten zur Eigenbetätigung? Werden Objekte eingesetzt, um Ideen zu vermitteln? Konkurrieren oder ergänzen sie einander? Sind zu viele oder zu wenige Objekte gezeigt? Ist die Darstellung monoton oder abwechslungsreich? Dominiert das Ausstellungsdesign die Objekte und ihre Aussage? Finden Sie Anregungen, sich sorgfältiger mit einem Thema zu befassen und die Ausstellung mit anderen Besuchern zu besprechen? Funktionieren interaktive Einrichtungen? Sind sie so gestaltet, daß Sie am Ende auch wissen, was Sie getan haben und warum oder sind Sie ratlos? Wo sind die Beschriftungen angebracht? Sind sie Teil des Ausstellungsdesigns oder hinzugefügt? Vermissen Sie bestimmte Erklärungen? Sind die Texte leicht erkennbar, lesbar und zu verstehen? Sind sie in kleine, erfaßbare Portionen gegliedert oder wird zu viel zum Lesen angeboten? Paßt die Typographie zum Gesamteindruck der Ausstellung? Müssen Sie sich bücken, um Texte und Objekte erkennen zu können? Ist klar, welche Beschriftung zu welchem Objekt oder Ausstellungsensemble gehört? Sind die Texte in einem bestimmten einheitlichen Stil geschrieben, der dem Thema der Ausstellung angemessen ist? Wie ist der Tonfall der Beschriftungen (gesprächsartig, didaktisch, fachlich-wissenschaftlich, aufgeblasen, stumpf)? Sind Multimedia- und audiovisuelle Präsentationen für die Ausstellung relevant? Unterstützen sie das Ausstellungskonzept oder scheinen sie ein nachträglicher Einfall zu sein? Sind sie leicht zu bedienen? Fallen Ihnen Kabel, Steckdosen und anderes auf, das Sie von der Ausstellung ablenkt?

### **Gesamtwirkung der Kommunikation zwischen Planern und Publikum**

Haben Sie, nachdem Sie die Ausstellung gründlich besichtigt haben, eine klare Vorstellung von ihrem Kernthema und ihren Planern und den Gründen, aus denen sie die Ausstellung geschaffen haben? Können Sie ein Muster von konzeptuellen Beziehungen erkennen? Gelingt es der Ausstellung, ihre Botschaften zu vermitteln? Sind sie implizit oder explizit? Gibt es widersprechende oder verwirrende Aussagen in der Ausstellung? Wie wichtig ist die Rolle, die das Ausstellungsdesign für die Kommunikation spielt? Welche Aspekte des Designs sind besonders wirkungsvoll und was könnte besser gemacht werden? Hat die Ausstellung Sie in irgend einer Weise inspiriert oder begeistert? Werden Sie sich auch morgen, in einer Woche, in einem Jahr gerne an sie erinnern?

Oder wären Sie lieber ins Kino gegangen?

### **Literaturauswahl**

Ades, S., Self-Critique: Can Your Organisation Stand it?, *Exhibitionist* **13/1**, 1994: 29-31.

Berleant, A., The museum of art as a participatory environment, *Curator*, **33/1**, 1990: 31-39.

Burnham, J. U. So the seams don't show, in: Blatti, J. (Ed.), *Past meets present*. Washington, D. C. 1987.

Charles, B. F., Exhibition as (art) form, in: Blatti, J. (Ed.), *Past meets present*. Washington D. C. 1987.

Charles, B. F., Exhibition: theatre of the Inanimate, in: Geldner, G. (Hrsg.), *Der milde Knabe oder Die Natur eines Berufenen*. Wien; Köln; Weimar 1997: 45-52.

Guthrie, M. H., Educational design in the museum : A report for the Reinwardt Academy, in: *Exhibition design as an educational tool* (Reinwardt Studies in Museology 1), Leiden 1984.

Hudson, K., The missing critic, *The Art Newspaper*. London 1991.

Kulik, G. and J. Sims, Clarion call for criticism, *Museum News* **68/6**, 1989: 52-65.

Millard, J. (1992), Art history for all the family, in: Hooper-Greenhill, E. (Ed.), *The Educational Role of the Museum*. (Leicester Readers in Museum Studies). London; New York 1994: 152-156.

Peirson-Jones, J. (1992), Multiculturalism incarnate, in: Hooper-Greenhill, E. (Ed.), *The Educational Role of the Museum*. (Leicester Readers in Museum Studies). London; New York 1994: 157-161.

Rabineau, P., An Editor's Guide to Writing Criticism, *Exhibitionist* **13/1**, 1994: 31-32.

Schouten, F., Target groups and displays in museums, in: *Exhibition design as an educational tool* (Reinwardt Studies in Museology 1), Leiden 1984.

Screven, C. G., Lernen und Motivation von Besuchern in Ausstellungen : Folgerungen für die Planung, in: Graf, B. und G. Knerr (Hrsg.), *Museumsausstellungen*. München; Berlin 1985: 11-34.

Serrell, B., Criticism and Audience, *Exhibitionist* **13/1**, 1994: 8-9.

Taylor, S. M., A Note from the Editor: Thoughts from a Gardener, *Curator* **41/2**, 1998: 77.

Waidacher, F., *Handbuch der Allgemeinen Museologie*. Wien; Köln; Weimar<sup>3</sup>1999: passim.

Dr. Friedrich Waidacher  
Klosterwiesgasse 44  
A-8010 Graz  
Tel/Fax +43/316/826264  
eMail [waidacher@telecom.at](mailto:waidacher@telecom.at)

---

Alle Rechte beim Verfasser  
© Friedrich Waidacher / VL Museen  
Dokument erstellt am 18.3.2000  
WWW-Virtual Library Museen