

# Verstaubte Museen oder multimediale Edutainmentcenter?

## Der schmale Grat zu einer guten Ausstellungsdidaktik

Ulf Steiner & Silke Steiner, Mai 1998

Mit welchem Gefühl kamen Sie das letzte Mal aus einer Ausstellung? Von Informationen erschlagen, überreizt oder total gelangweilt? Es ist nicht leicht, wirklich gute, packende Ausstellungen zu realisieren; Ausstellungen, die den Besuchern Botschaften dauerhaft vermitteln. Auf der anderen Seite schießen im Natur- und Umweltschutz die Informationszentren wie Pilze aus dem Boden. Viele haben den hohen Anspruch, eine Bildungseinrichtung zu sein. In ihnen sollen Mitmenschen zum Umdenken und/oder Handeln angeregt werden.

Ist bei Ihnen ein neues Medium der Umweltbildung, d. h. ein Museum, eine Wanderausstellung, ein Lehr- oder Erlebnispfad in Planung oder bereits in der Entstehung? Zur Konzeption oder spätestens zur Realisierung werden meist Profis der Ausstellungsgestaltung mit ins Boot geholt. Doch Vorsicht! Gelungene Konzepte zeichnen sich nicht durch farbenfrohe Illustrationen oder perfekte Modelle aus. Vielmehr erkennt man brillante Konzepte an ihrer klugen Ausstellungsdidaktik. Darum ist es unerlässlich, dass die Auftraggeber d. h. in vielen Fällen Naturschutzgruppen oder Fördervereine didaktische Grundregeln der Ausstellungsgestaltung kennen.

Die Idee, ein Medium der Umweltbildung - im Folgenden der Einfachheit halber Ausstellung genannt - einzusetzen, entsteht immer aus einem gewissen Leidensdruck. Es gibt ein Problem, das die Organisatoren mit Hilfe einer Ausstellung lösen möchten: Vielleicht ein aufkeimender Konflikt zwischen Naturschutz und Tourismus oder einfach ein ramponiertes Image einer NABU-Gruppe. Ein gutes Konzept muss dieses Problem analysieren und deutlich benennen. Es wird das Fundament der Ausstellung sein, auf das letztlich alle inhaltlichen und gestalterischen Entscheidungen bauen.

### **Achten Sie auf den Roten Faden!**

Eine gute Ausstellung folgt zwangsläufig einer inneren Logik, die sich in der Ordnung der Exponate und ihrer thematischen Gliederung widerspiegelt. Die Gliederung reflektiert in der Regel einen Zusammenhang, der dem Ausstellungsgegenstand auch in der Realität zugrunde liegt. Die Kunst besteht darin, einen Gesichtspunkt zu finden, der mit dem Ziel der Ausstellung korrespondiert, und ihn als roten Faden kenntlich zu machen. Sinnvoll ist es dabei, nicht zu viele Themenbereiche abdecken zu wollen, sondern sich in der Themenwahl zu beschränken. Der Besucher würde sonst verwirrt oder überfordert werden. Findet er keinen roten Faden, wird er auch keinen Sinn in der Ausstellung entdecken und ihre Botschaften nicht verstehen. Ausstellungen beispielsweise, die einfach Naturräume (Wald, Moor, See etc.) nacheinander abhandeln, ohne sie thematisch zu verbinden, fehlt der rote Faden und das innere Gerüst.

### **Geschichten fesseln das Publikum**

Ein dramaturgischer Kunstgriff ist die Personalisierung. Personalisierung heißt, das zentrale Thema bzw. den roten Faden einer Ausstellung in die Geschichte von Menschen zu kleiden. Die

Ausstellungsgestalter rollen das Ausstellungsthema nicht theoretisch auf, sondern erzählen dem Publikum eine Human Story, in der sich das Thema reflektiert. Es kann sich dabei um wahre Geschichten authentischer Personen handeln, oder aber um erfundene Storys. Wichtig sind zwei Punkte: 1. Das Publikum muss sich mit den Figuren, die im Mittelpunkt stehen, identifizieren können. 2. die Handlung muss spannend sein – d.h., sie sollte einen Konflikt zum Inhalt haben und einen dramaturgischen Aufbau besitzen. Die Geschichte bietet überraschende Wendungen, treibt einem Höhepunkt zu und endet mit einer (möglichst pointierten) Auflösung. Wer es versteht, Human Storys in eine Ausstellung einzubauen, spricht das Publikum auf einer sehr emotionalen Ebene an und erzielt damit Betroffenheit. Die Auseinandersetzung mit dem Ausstellungsthema ist intensiver, der Lerneffekt größer.

### **Kulisse schafft Atmosphäre**

Inszenierung ist ein Begriff aus der Theaterwelt und Rauminnszenierung bedeutet, Räume passend zum Thema zu gestalten und in Szene zu setzen. Genau dies sollte auch in einer Ausstellung passieren. Die Ausstellungsgestalter arrangieren die Räume wie Theaterbühnen. Sie schaffen eine Kulisse, die optimal zum Ausstellungsthema passt. Die Architektur der Ausstellung, die Lichter, Töne und Farben der Räume und die Motive der Kulisse schaffen eine Atmosphäre, in der die Besucher im ersten Moment erfassen, worum es geht. Eine gute Inszenierung wirkt auf nahezu alle Sinne und transportiert die Hauptbotschaft einer Ausstellung, noch bevor sich die Besucher den Details zugewandt haben. Solche bühnenhaften Inszenierungen findet man immer häufiger in modernen Bildungszentren. In ihnen avancieren Rauminnszenierungen zu einem elementaren Werkzeug der Ausstellungsgestaltung. Die Raumgestaltung schafft auch die Möglichkeit, den Besuchern in der Ausstellung Perspektivwechsel anzubieten: Galerien, Balustraden, Tunnel oder auch Spiegel können den Besuchern überraschende Blickwinkel eröffnen. Und diese Überraschung wird vom Ausstellungsgestalter genutzt, um Informationen zu transportieren. Allerdings wird viel zu oft die Rauminnszenierung überschätzt. Eine Ausstellung bedarf immer vertiefender Detailinformationen, denen sich die Besucher selbstbestimmt zuwenden können.

### **Keinen schnöden Wissenschaftsjargon**

Ein wesentlicher Bestandteil der Vertiefungsmedien sind Texte. Zu umfangreiche Textinformation verschreckt das Publikum. Untersuchungen zeigen immer wieder, dass meist nur Überschriften rezipiert werden. Kaum ein Besucher liest den gesamten Text. Reine Wissensvermittlung „nach Lehrbuch“ sollte deshalb kein Ziel einer Ausstellung sein. Auf Texte weitgehend zu verzichten, ist dennoch nicht die Lösung. Die Besucher sollen sich umfassend informieren können, aber selbst entscheiden dürfen, welche Auskünfte sie erhalten. Ein erster Schritt ist es, die Texte dosiert und weitgehend versteckt (beispielsweise in Texttafelkästen) zu präsentieren. Entscheidend neben Textinhalt und -menge ist in jedem Fall der Textstil. Wissenschaftliche Erkenntnisse im schnöden Wissenschaftsjargon zu präsentieren, ist keine Kunst. Doch komplizierte Sachverhalte in einfachen, kindgerechten Sätzen zu beschreiben, erfordert viel Überlegung und Übung. Manchmal kann es auch

sinnvoll sein, für verschiedene Zielgruppen unterschiedliche Texte zu schreiben, doch in der Regel ist dies nicht notwendig. Stark ermüdend wirkt es auf das Publikum, wenn permanent der gleiche Textstil verwendet wird. Die Personifizierung ist auch bei den Textbausteinen ein Mittel der Wahl (s. o.).

### **Das kenne ich!**

Die Informationen einer Ausstellung sollten nicht nur gut geschrieben sein, sondern auch gut verpackt werden. Erfahrene Ausstellungsgestalter nutzen mit Vorliebe Gegenstände aus der Alltagswelt, um die Aufmerksamkeit der Besucher zu wecken und zu steuern. Texte und Bilder zum eigentlichen Thema der Ausstellung werden als Zeitungssseite, Litfaßsäule oder Fotoalbum präsentiert oder als Kreuzworträtsel verschlüsselt. Die Besucher haben keine Scheu sich diesen bekannten Dingen zu nähern, die Ausstellungsinformationen werden quasi „nebenbei“ erfahren. Der Wiedererkennungseffekt ist bei verschiedenen Alltagsgegenständen unterschiedlich groß und kann somit gezielt zum Ansprechen diverser Zielgruppen genutzt werden.

### **Spielsinn und Forscherdrang nutzen**

Früher waren Ausstellungen vor allem Sammlungen originaler Dokumente hinter Kordeln und Glas. Das Publikum hatte sich strengen Regeln zu fügen. Absperrungen und Verhaltensvorschriften beschränkten die Auseinandersetzung mit dem Thema auf Auge und Gehirn. Im Wissen um die Schwächen dieser klassischen Form sind in den vergangenen Jahren neue Methoden entwickelt worden, die die Besucher verstärkt zu Aktivitäten animieren. Sie nutzen bewusst den natürlichen Spielsinn und Forscherdrang des Publikums. Die Besucher werden mit Objekten konfrontiert, die ihren Sinn und Inhalt nicht sofort preisgeben. Es wird eine Frage aufgeworfen, die die Besucher unbedingt beantwortet sehen wollen. Das Publikum muss diese Gegenstände untersuchen, muss vielleicht Klappen und Schubläden öffnen, muss tasten, schmecken, riechen und entschlüsseln, um an die Antwort zu gelangen. Wichtig ist, dass der Erkenntnisgewinn nicht passiv erfolgt, sondern aktiv und die gleiche Information auf unterschiedlichen Wegen der Wahrnehmung zu den Besuchern gelangt. Falsch ist es hingegen, die Besucher mit einer Aktion zu konfrontieren, ohne sicherzugehen, dass gleichzeitig eine inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema/ Problem erfolgt. Beispielsweise werden Besucher oftmals animiert, Hebel oder Knöpfe zu betätigen, wonach „etwas passiert“, ohne dass im Vorfeld neugierig auf die Antwort gemacht wurde, die das Element liefert. Ideal ist es, wenn die Aktion selbst Bestandteil der zu vermittelnden Hintergrundinformation ist.

### **Ruheinseln**

Das Publikum sollte während seines Besuches nicht von Text zu Text oder von Aktion zu Aktion gelotst werden, um im Anschluss ausgepowert vor den Toren der Ausstellung zu stehen. Die Ausstellung braucht einen ständigen Wechsel in ihrer Dynamik: Sie sollte neben einem vielfältigen Angebot an Texten und Aktionen Ruheinseln beinhalten. Die Besucher nehmen mit Freuden Angebote wahr, die ihnen die Möglichkeit des Verschnaufens bieten. Hier können sich die Besucher in weitere Texte vertiefen, das Gesehene/Geschehene Revue passieren lassen, um dann im Idealfall das eigene Denken und Handeln kritisch zu hinterfragen.

Je nach Medium der Umweltbildung kann sich eine unterschiedliche Wichtung der didaktischen Grundsätze ergeben. Kombiniert mit dem individuellen Thema ergibt sich eine enorme Variationsbreite in der Gestaltung. Würden nicht nur neue Zentren eine gute Balance zwischen verstaubtem Museum und multimedialem Edutainmentcenter finden, sondern auch etablierte Institutionen ihr didaktisches Konzept überdenken, käme es zu einer innovativen außerschulischen Bildungslandschaft, die man im Ausland vielfach schon vorfindet.