

Nicht alles für alle, aber für jeden etwas

Die Zukunft des Deutschen Technikmuseums Berlin

Iris Kühnberger

Das Technikmuseum wird längst nicht mehr als reine Bildungsanstalt genutzt, sondern es konkurriert mit anderen Einrichtungen um die qualitative Frei-Zeit der Menschen.

Um in diesem Wettbewerb mithalten zu können, ist es notwendig, umzudenken, sowohl was die Inhalte und ihre Vermittlungsformen als auch den Besucherservice angeht.

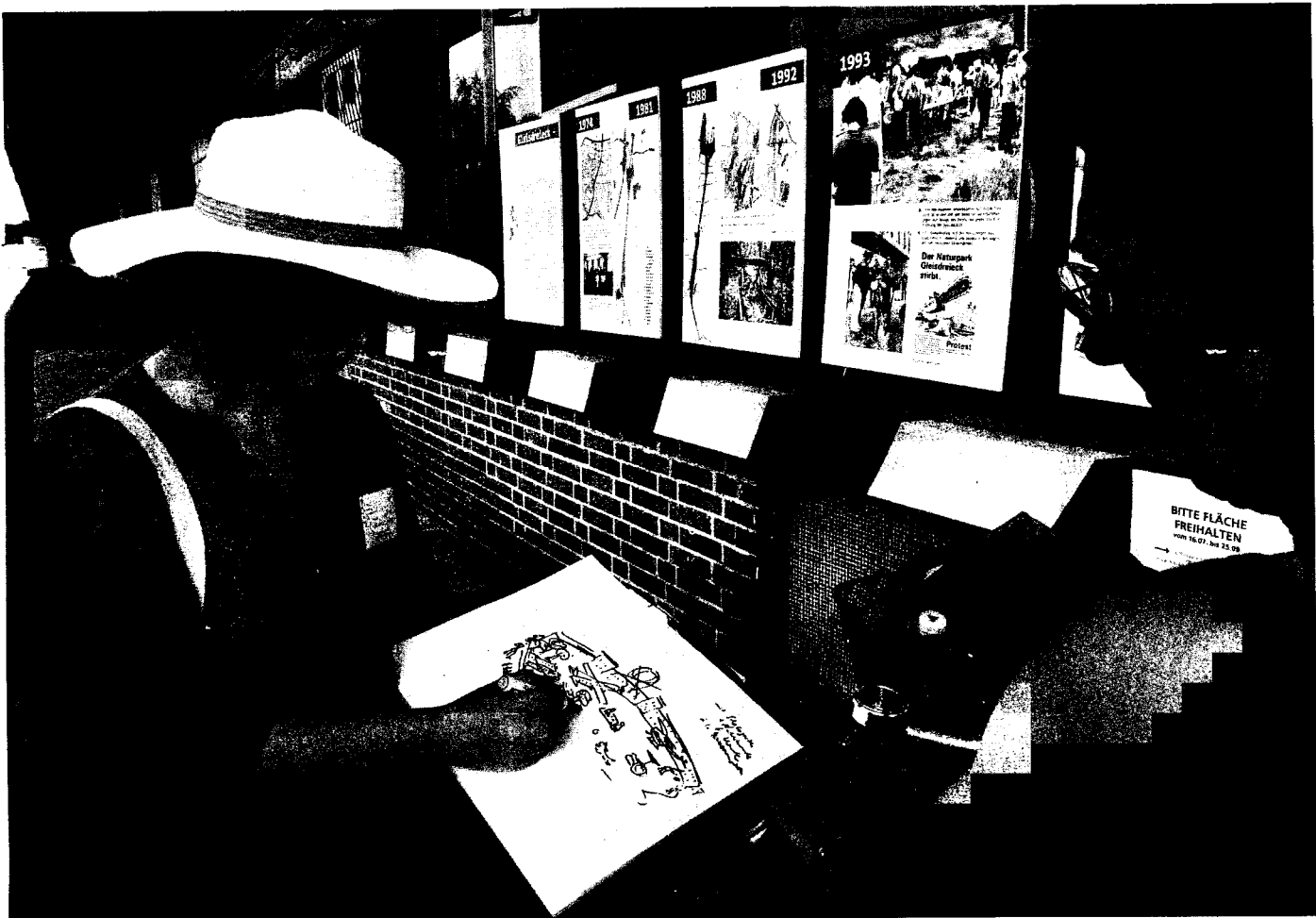
Die Zielgruppen rücken dabei immer mehr in den Fokus der Bildungsarbeit und sollten einbezogen werden, sonst gehen die Besucherzahlen den Bach runter und der potenzielle Gast vielleicht lieber baden.

Ein Pool auf dem Dach

„Eine 50-Meter-Bahn zum Schwimmen oben drauf“, „einmal K.I.T.T., das sprechende Auto aus der Kultserie Knight Rider selber steuern“ und „ganz viel Süßigkeiten umsonst“; so erträumen sich BesucherInnen ihr „Technikmuseum von morgen“.

Drawing on demand. Künstlerin
Käthe Wenzel skizziert die Visionen einer
Museumsbesucherin.

© SDTB/Foto: Justyna Czerniak



▼ „Ein Pool wär auch schick, auf dem Dach“, so träumen zwei ältere Frauen vom Technikmuseum der Zukunft.
© Zeichnung: Käthe Wenzel

Im Auftrag des Deutschen Technikmuseum befragte die Künstlerin Dr. Käthe Wenzel im Sommer 2012 Spaziergängerinnen und Spaziergänger aller Altersstufen, wie sie sich ihr Technikmuseum der Zukunft vorstellen. Die Interviews führte sie in der Ladestraße des ehemaligen Anhalter Güterbahnhofs. Das Areal gehört heute zum Gelände der Stiftung Deutsches Technikmuseum. Genau an diesem Ort, soll das *Technoversum* entstehen, das zukünftige Hauptgebäude des Deutschen Technikmuseum.

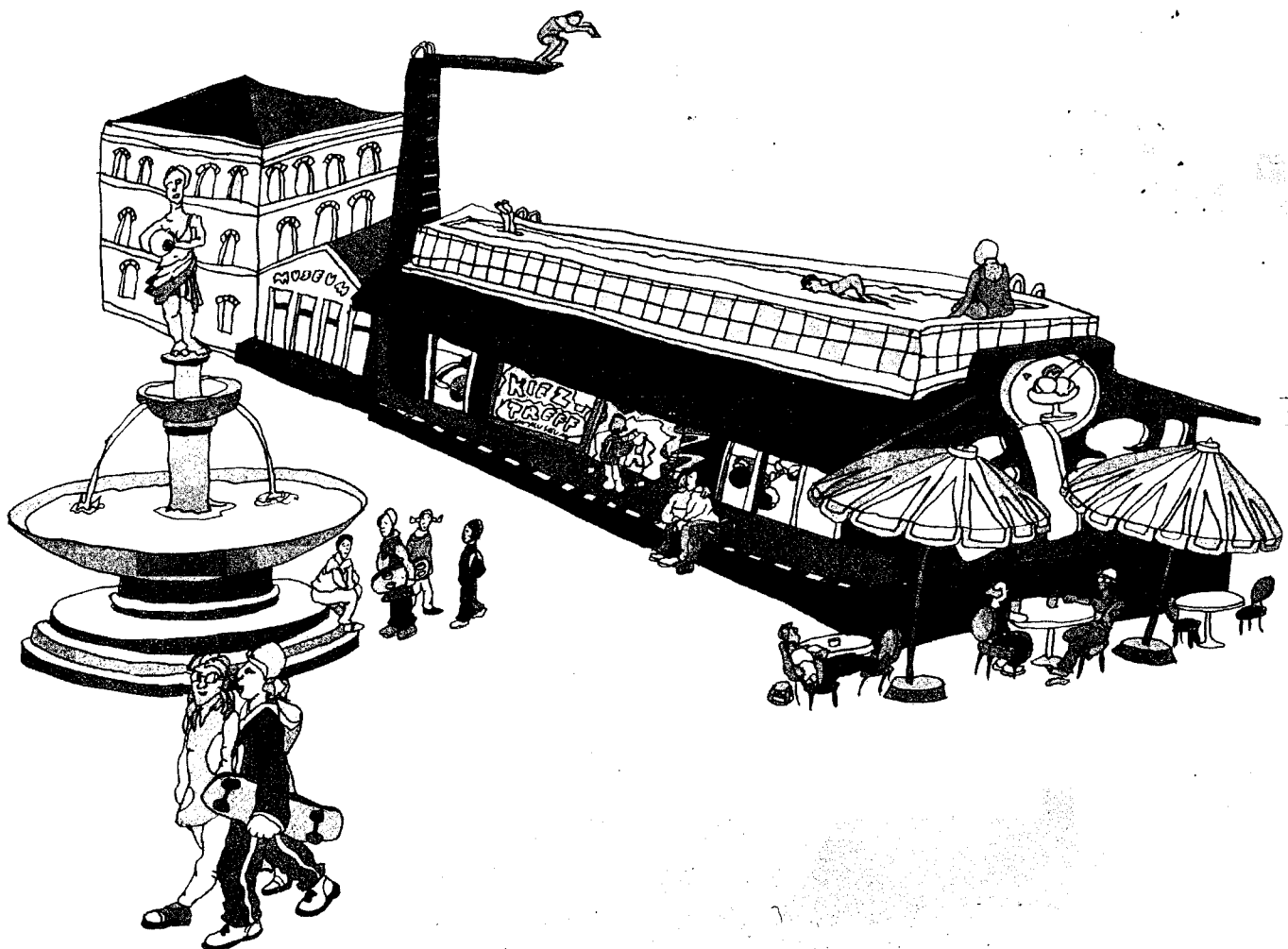
„Wie sieht es aus? „Was kann man da machen? Was soll da ausgestellt werden?“ wurden die Passanten gefragt.

Die Antworten hielt die Künstlerin auf Tonband fest. Gleichzeitig fertigte sie noch an Ort und Stelle Skizzen zu den geäußerten Vorstellungen. *Drawing on demand* nennt sie diese Methode. Die Künstlerin zeichnete so lange, bis die Gefragten ihre Wünsche richtig umgesetzt fanden. Im Atelier entstanden anschließend großformatige, cartoonartige Zeichnungen der Visionen. Diese zeigt das Deutsche Technikmuseum aktuell unter freiem Himmel auf dem zukünftigen Museumsquartier.

Mein Technikmuseum statt ein Technikmuseum

Mit diesem gemeinsamen Projekt von Käthe Wenzel und der Stiftung Deutsches Technikmuseum verfolgt das Museum seinen partizipatorischen Ansatz weiter. Ziel ist es, Besucherinnen und Besucher in die Museumsarbeit einzubinden, das Museum zu *ihrem* Museum zu machen, auch wenn hier keine wissenschaftliche, sondern eine künstlerische Form der Auseinandersetzung gewählt wurde.

Diese Form der Publikums-Teilhabe, lange bevor eine Ausstellung eröffnet wird, ist eine Methode, die in angelsächsischen Ländern längst Usus ist. Mit unterschiedlichen Interessengruppen und Betroffenen, den *Stakeholders*, arbeitete beispielsweise das ehemalige *Museum of Transport* in Glasgow, Schottland, zwei Jahre lang an seinen neuen Ausstellungen, um nach der Wiedereröffnung 2011 in einem neuen Gebäude am neuen Standort – im Hafen von Glasgow – für alte und neue Zielgruppen ansprechend zu sein. Das Museum entschied sich mit dem spektakulären Neubau von Zaha Hadid nicht nur äußerlich für ein neues Selbstbild. Konsequenterweise, und nicht weniger spektakulär, gab sich



die Institution im Sinne der Inklusion sogar einen neuen Namen: *Riverside Museum*. Davon fühlen sich sowohl Frauen, Laien als auch museumsferne Schichten deutlich mehr angezogen als von der ursprünglichen Bezeichnung.

Was erwarten Sie von ihrem Technikmuseum?

Was macht eigentlich ein modernes Technikmuseum aus? Was lässt es zum persönlichen Favoriten eines Besuchers werden? Um diese Fragen beantworten zu können, ist freilich mehr Engagement gefordert, als nur ein punktuell Kunstprojekt zu initiieren. In intensiven Studien hat das Deutsche Technikmuseum in den letzten sechs Jahren seine Besucherinnen und Besucher gründlich erforscht. In vielfältigen Befragungen haben wir ihr Verhalten, ihre Erwartungen und Wünsche ermittelt, auch und vor allem mit Blick auf das Museum der Zukunft.

Die folgenden Angaben beziehen sich auf rund 5000 Interviews mit IndividualbesucherInnen, die im Zeitraum von September 2006 bis Oktober 2010 durch die Firma Visitor Choice, Berlin, erhoben worden sind. Das ernüchternde Ergebnis ist: Jeder braucht etwas anderes. So lapidar das klingen mag, es steckt viel Wahrheit und Arbeitsauftrag in dieser Banalität.

Zusammen was erleben

Wer was erwartet, hängt stark davon ab, mit wem und warum jemand das Museum besucht. Diese Erwartungen fallen anders aus, als mancher Kurator das glauben möchte: „*Kennt man*“ ist eine der häufigsten Antworten auf die Frage nach dem Grund des Besuchs. Anders als beispielsweise in großen Kunstmuseen, wo unter Umständen ein bestimmtes Werk oder ein bestimmter Künstler als Publikumsmagnet funktioniert, haben die meisten BesucherInnen des Technikmuseums kein konkretes Objekt im Sinn, wenn sie die Ausstellungen aufsuchen.

Was aber wollen sie dann hier?

Wir nähern uns der Antwort durch eine weitere Frage: Mit wem kommen diese Menschen ins Museum? „Ohne Begleitung“ schauen sich nur 17,6% unsere Ausstellungen an. „Mit Kindern“, „mit Lebensgefährten“ oder „mit Familienangehörigen“ sind die häufigsten Angaben. Frauen kommen dabei übrigens weniger aus eigener Motivation – sie kommen „mit“. Wie wir aus unserer Studie zu NichtbesucherInnen wissen, herrscht



weitverbreitet noch immer das Vorurteil, ein Technikmuseum sei nichts für Frauen, ein Phänomen, das allein schon ein eigenes Themenheft wert wäre. Auf ihrem Ausflug ins Technikmuseum wollen die familiären Kleingruppen vor allem eines: „etwas zusammen machen“, Zeit miteinander verbringen, sich austauschen, gemeinsam auf Entdeckungstour gehen.

Einfache Sprache und verstehbare Modelle

Das gemeinsame Betrachten eines Objektes, das Besprechen seiner Bedeutung und wie es betrieben wird sind Aspekte, die Familien interessieren. „*Papa, wie funktioniert das?*“ ist eine typische Frage, mit der sich so mancher Erwachsene überfordert fühlt, wenn er mit seinen aufgeweckten Kindern beispielsweise vor einer Dampfmaschine steht. Eltern wünschen sich in solchen Situationen einfache Texte, Funktionsmodelle zum selber ausprobieren oder einleuchtende Zeichnungen, denn zuerst müssen Erwachsene die Dinge verstehen, bevor sie das Wissen an ihre Kinder weitergeben können. Gelingt das nicht, wird der Besuch als unbefriedigend empfunden.

Bei der Entwicklung des Familienführers „Technik für Kinder“, einem Katalog, der Orientierung für den Ausstellungsbesuch gibt, hat sich die Autorin deshalb erstmals von einem Familienbeirat Unterstützung geholt. Von der Auswahl der darin vorgestellten Objekte über die konkreten Fragestellungen bis hin zur Bestimmung des Illustrators: Die Zielgruppe hat mitentschieden.

Kulturgeschichte der Technik

Doch Didaktik allein garantiert noch keinen positiven Museumsbesuch. Die Erfolgsgeschichte beginnt bereits

bei der Themenauswahl. Eine der zentralen Erkenntnisse unserer Forschungsarbeit ist sicher die, dass die Präsentation rein technischer Daten für unser Publikum nicht (mehr) ausreicht. Während sich Fachleute meist männlichen Geschlechts genau diese Details wünschen und durchaus wiederfinden sollten, erwartet das Gros der Gäste die Darstellung technischer Objekte im sozialen, historischen und ökologischen Kontext. Fragen nach den Auswirkungen technischer Entwicklungen auf den Alltag des Menschen, seine Zukunft und die möglichen globalen Folgen stehen dabei im Mittelpunkt des Interesses – und das bei Frauen und Männern gleichermaßen.

Es empfiehlt sich also, diese Interessenlage auch für das Technikmuseum der Zukunft zu berücksichtigen, denn die Kulturgeschichte der Technik spricht beide Geschlechter an.

Was hat das mit mir zu tun?

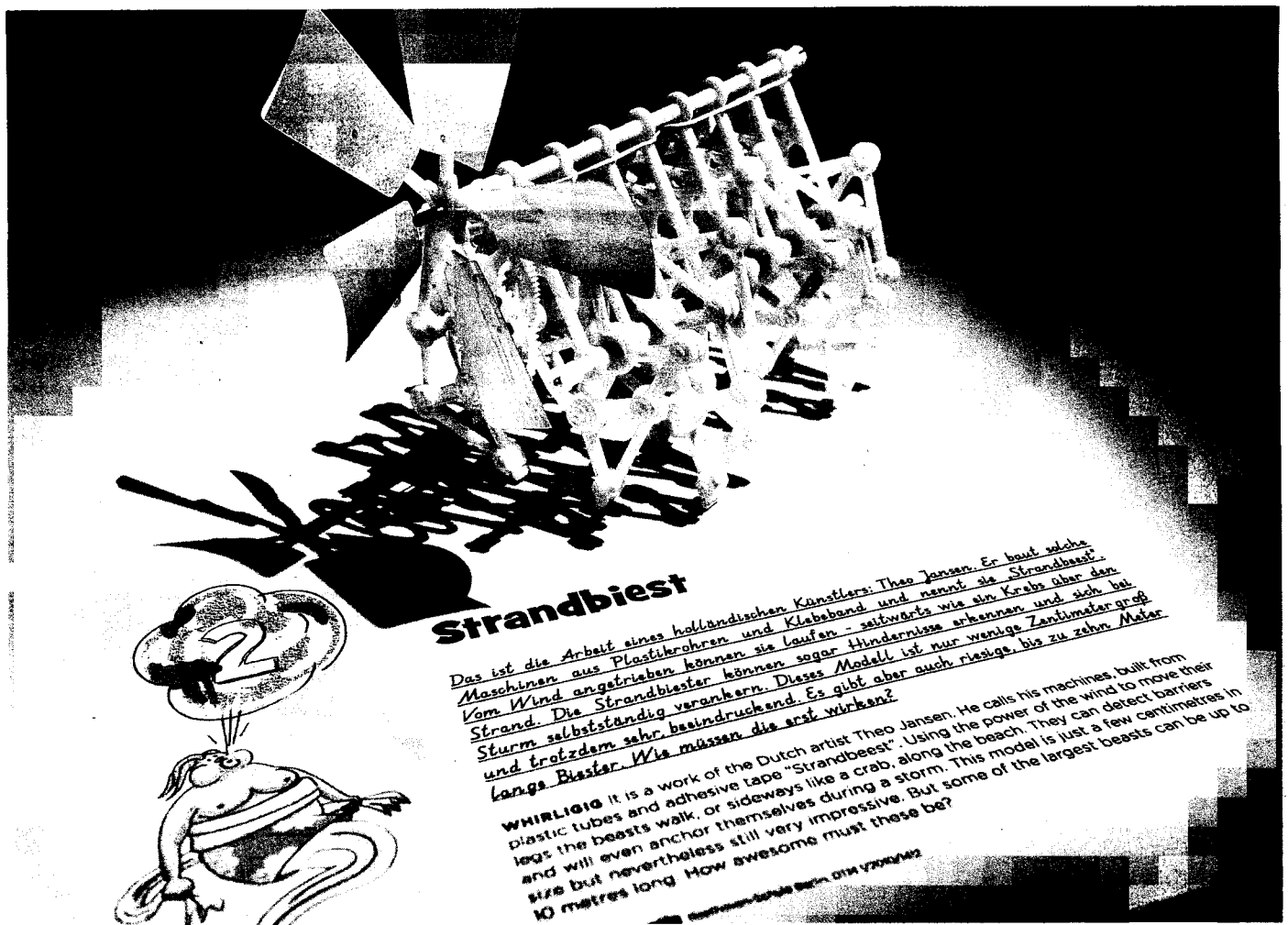
Diese Fragen stellt sich auch die Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler. Sie machen circa 27% des Gesamtbesucheraufkommens im Deutschen Technikmuseum

aus. „Nicht gerade freiwillig“, wie der 15-jährige Sascha es umschrieb, kommen sie meist im Klassenverband. Dementsprechend unmotiviert fallen bisweilen ihre Erwartungen aus: „Es wird langweilig“ ist noch eine der harmloser formulierten Aussichten. Dabei sind die Jugendlichen gar nicht – wie oft behauptet wird – grundsätzlich apathisch. Sie wissen sehr genau, was sie wollen: Museen sind dann interessant, wenn „wir selbst was machen können“ oder „wenn die Sachen irgendwas mit unserem Leben zu tun hätten. Irgendwie ein praktischer Bezug würde auch Sinn machen“. Spannend wäre außerdem, „mal hinter die Kulissen zu schauen, wie überhaupt Ausstellungen entstehen“.

Lernen im Leben verankern

Alle diese Aspekte haben wir in einem Pilotprojekt umgesetzt, das Jugendliche probeweise in die Museumsarbeit involvierte. Im Rahmen der Sonderausstellung WINDSTÄRKEN wagte sich die Autorin an eine außergewöhnliche Kooperation.

Sie ließ SchülerInnen Objektbeschriftungen formulieren, nicht als reine Fleißaufgabe oder häuslicher Be-



Strandbiest

Das ist die Arbeit eines holländischen Künstlers: Theo Jansen. Er baut solche Maschinen aus Plastikrohren und Kleband und nennt sie Strandbiest. Vom Wind angetrieben können sie laufen – seitwärts wie ein Krabbe über den Strand. Die Strandbiester können sogar Hindernisse erkennen und sich bei Sturm selbstständig verankern. Dieses Modell ist nur wenige Zentimeter groß und trotzdem sehr beeindruckend. Es gibt aber auch riesige, bis zu zehn Meter lange Biester. Wie müssen die erst wirken?

WHIRLIGIG It is a work of the Dutch artist Theo Jansen. He calls his machines, built from plastic tubes and adhesive tape "Strandbiest". Using the power of the wind to move their legs the beasts walk, or sideways like a crab, along the beach. They can detect barriers and will even anchor themselves during a storm. This model is just a few centimetres in size but nevertheless still very impressive. But some of the largest beasts can be up to 10 metres long. How awesome must these be?

sinnungsaufsatz, sondern mit einem konkreten Nutzen verbunden: Die Texte sollten tatsächlich in der Ausstellung erscheinen. Als Adressat wurden jüngere Kinder und deren Familien definiert, die ein Großteil des Stammpublikums ausmachen und sich, wie bereits erwähnt, kurze, verständliche Texte wünschen.

Eine verantwortungsvolle Aufgabe also mit praktischem Bezug.

Herausgekommen sind Texte vielfältiger Qualität, die es nun in der Sonderausstellung *WINDSTÄRKEN* zu entdecken gibt. Manche sind sehr persönlich gehalten, andere wirken bemüht wissenschaftlich. Von Unmut, Desinteresse oder Lustlosigkeit ist nichts zu lesen, auch nicht zwischen den Zeilen. Dass alle Jugendlichen konzentriert bei der Sache waren lag nach deren Einschätzung daran, „*dass die Aufgabe Sinn gemacht hat*“.

Auch für die neue Ausstellung „Das Netz“, die im nächsten Ausbauschnitt 2015 in der Ladestraße eröffnet wird, soll vorab mit Zielgruppen an den Vermittlungsformaten gearbeitet werden. Dazu ist geplant, Zielgruppenbeiräte einzurichten, die während der Planungsphase in regelmäßigen Abständen zum kritischen Diskurs eingeladen werden. Denn für eine gelungene Ausstellung sind die Bedürfnisse ihrer Betrachter genauso zu berücksichtigen, wie die klimatischen Anforderungen eines Objekts.

Wohlfühlen als Qualitätsmerkmal

Zielgruppenorientierte Ausstellungen und abgestimmte Vermittlungsangebote allein reichen jedoch nicht aus. Der Besucher muss sich wohlfühlen und erleben, dass seine intellektuellen, emotionalen und körperlichen Bedürfnissen unterstützt und respektiert werden. Über einen gelungenen Museumsbesuch entscheidet deshalb zu einem wesentlichen Teil auch der Besucherservice mit. Aus diesem Grund sind im Deutschen Technikmuseum die Bereiche Bildung und Besucherservice in einer Abteilung vereint. Der Besucherservice gestaltet dabei den Rahmen, der Lernen und Erholung ermöglicht. Diesen Anspruch transportiert er im persönlichen, dienstleistungsorientierten Kontakt der Servicemitarbeiter vor Ort. Er kümmert sich aber auch um niedrigschwellige Angebote wie etwa Sonderregelungen für Gruppen mit besonderen Anforderungen. Seine Mission ist die besucherfreundliche, zielgruppenorientierte und barrierefreie Gestaltung von Ausstellungen ebenso wie der Aufenthalts-, Vermittlungs- und Servicebereiche. In diesem Sinne sind beide Bereiche, Bildung und Besucherservice, auch in den Planungsgremien für die zukünftigen Ausstellungen des *Technoversums* vertreten.

Denn Ausstellungen, Räume und Programme müssen sich an den Erwartungen und den Bedürfnissen der Zielgruppe orientieren, um erfolgreich zu sein. Dabei gehen wir offensiv mit der Tatsache um, dass nicht alle

Themen für jeden Gast gleichermaßen geeignet sind. Unsere kleine Zauberformel für die Zukunft lautet deshalb: Nicht alles für alle aber für jeden etwas.

Iris Kühnberger
Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin
Trebbiner Strasse 9
10963 Berlin
kuehnberger@sdtb.de



Iris Kühnberger studierte Kulturwissenschaften und Germanistik. Zwischen 1993-1995 arbeitete sie als Wissenschaftliche Hilfskraft am Stadtmuseum Schramberg; 1995-1997 Wissenschaftliches Volontariat am Deutschen Technikmuseum, Furtwangen; 1998-1999 Gallery Interpreter, National Maritime Museum, London; 2000-2001 Ausstellungsmanagerin am Design Zentrum NRW, Essen. Seit 2002 ist sie als Museumspädagogin am Deutschen Technikmuseum tätig und leitet seit 2012 dort den Bereich Bildung. Berufliche Schwerpunkte: Besucherforschung, zielgruppenspezifische Vermittlungsarbeit, partizipatorische Projekte.