

di:'Angewandte

/ecm
educating
curating
managing

masterlehrgang für
ausstellungstheorie & praxis
an der universität für
angewandte kunst wien

ecm – educating/curating/managing 2016 – 2018

MASTER THESIS

Titel der Master Thesis

**„AUSSTELLUNGSRÄUME ALS MULTISENSORISCHE ERLEBNISSE
– ZWISCHEN DISNEYLANDISIERUNG UND DEMOKRATISIERUNG“**

Verfasserin

Mag.phil. Karina Karadensky, BA

Wien, Mai 2018

Studiengang: /ecm Masterlehrgang für Ausstellungstheorie und -praxis

Betreuerinnen: Mag.phil. Christine Haupt-Stummer, Priv.-Doz. Dr.phil. Mag.art. Martina
Griesser-Stermscheg

ABSTRACT

Museen stehen heutzutage unter zunehmendem wirtschaftlichen und legitimatorischen Druck und müssen, durch die globale Entwicklung zur Erlebnisgesellschaft, vermehrt mit anderen Freizeit Anbietern konkurrieren. Ausstellungen sollen daher nicht mehr nur in erster Linie Objekte präsentieren, sondern sie mit den vermittelten Narrationen und Themen zu spannenden Erlebnissen verschmelzen lassen. Gestalterische Entscheidungen und die Orientierung an den Bedürfnissen des Publikums stehen zunehmend im Vordergrund.

Diese Arbeit widmet sich Ausstellungsdisplays und Ausstellungsräumen, die eine multisensorische, immersive und atmosphärische Erfahrung für BesucherInnen ermöglichen und über die logisch-wissenschaftliche und visuelle Wahrnehmung hinaus erlebbar sind. Nach einer Betrachtung der historischen Entwicklungen des 20. Jahrhunderts und einer Analyse aktueller zeitgenössischer Ausstellungsbeispiele, fragt die Arbeit danach, was multisensorische Ausstellungsgestaltungen im Hinblick auf die Wahrnehmung des Publikums und die Demokratisierung der Institution leisten können, lässt jedoch auch die kritischen Aspekte und Problematiken dieser Entwicklung nicht außer acht.

Museums are nowadays under growing economic and legitimacy pressure and, due to the global development towards an event society, also have to compete with other leisure providers. Exhibitions are therefore supposed to not primarily present objects, but to also create an exciting experience through the fusion with narrations and topics. Creative decisions concerning the exhibition display, as well as the audience orientation are becoming increasingly important.

This paper is discussing exhibition displays and exhibition rooms, which enable a multisensory, immersive and atmospheric experience for visitors and can be perceived beyond a logical, scientific and visual level. After the investigation of historic developments during the 20th century and an analysis of current contemporary exhibition examples, the paper is asking, what multisensory exhibition displays can provide for the perception of the audience and the democratisation of the institution; however, also critical aspects and problems of this development are part of the discussion.

INHALTSVERZEICHNIS

Abstract	3
Inhaltsverzeichnis.....	5
Einleitung.....	7
1. „Multisensorische, immersive Ausstellungsdisplays“ - Eine erste Definition.....	12
2. Historische Entwicklungen der Raumkunst.....	14
2.1. Entgrenzungstendenzen der Moderne.....	15
2.2. Pioniere der künstlerischen Rauminszenierung.....	17
2.2.1. El Lissitzky (1890-1941).....	17
2.2.2. Kurt Schwitters (1887-1948).....	18
2.2.3. Friedrich Kiesler (1890-1965).....	19
2.2.4. Marcel Duchamp (1887-1969)	20
2.3. Spätere Entwicklungen.....	21
3. Analyse ausgewählter zeitgenössischer Ausstellungsbeispiele	23
3.1. Zeitgenössische künstlerische Auseinandersetzungen mit dem Ausstellungsraum.....	24
3.1.1. „Baroque Baroque - Olafur Eliasson“, Winterpalais Prinz Eugen Wien 2015/16	24
3.1.2. „Ernesto Neto“ - Retrospektive, Kunsthalle Krems 2015.....	27
3.1.3. „Hisako Inoue. Die Bibliothek der Gerüche“, Villa Stuck München 2017/18.....	29
3.2. Immersive, virtuelle Welten und Multimediale Kunstaussstellungen	32
3.2.1. „Klimt's Magic Garden“, Frederick Baker, Museum für angewandte Kunst/Gegenwartskunst Wien 2018	32
3.2.2. „Von Monet bis Kandinsky. Visions Alive“, Alte Münze Berlin 2018	33
3.3. Multisensorische kulturhistorische Ausstellungen – Ein Exkurs zu den Möglichkeiten gegenwärtiger Ausstellungs-gestaltungen	37
3.3.1. Dauerausstellung, Staatliches Museum für Archäologie Chemnitz, seit 2014.....	38
3.3.2. „Ganz Wien. Eine Pop-Tour“ und „Geteilte Geschichte. Viyana – Beč – Wien“, Wien Museum 2017/18	40
3.3.3. Untergeschoß Libeskind-Bau, Jüdisches Museum Berlin, seit 1999	42
4. Multisensorische Ausstellungsdisplays – Möglichkeiten vs. Kritik	44
4.1. Die Möglichkeiten multisensorischer Ausstellungsdisplays	44
4.1.1. Rezeptionsästhetik	45

4.1.1.1. Die Bedeutung der Rezeptionsästhetik für das Raumerlebnis in multisensorischen Ausstellungen	48
4.1.2. „Multisensorisches Marketing“, „multisensorisches Lernen“ und „Emotional Design“ als übertragbare Strategien und Theorien für multisensorische Ausstellungsgestaltungen	50
4.1.3. Niederschwellige Zugänge multisensorischer Ausstellungsräume	54
4.2. Ausstellungen als Events – die Disneylandisierung von Kunst und Kultur.....	57
Resümée.....	66
Literaturverzeichnis.....	70
Abbildungsverzeichnis.....	78
Abbildungen.....	80
Lebenslauf	91

EINLEITUNG

Ausstellungen in Museen sollen heute nicht mehr nur in erster Linie die gesammelten Objekte präsentieren, sondern orientieren sich mehr und mehr am Publikum und dessen „Erleben“ der Ausstellung. So lautet die ICOM-Definition für Museen seit 2010: „Ein Museum ist 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.“¹ Museen sollen demnach mittlerweile auch – oder vielleicht gar in erster Linie? – unterhalten und treten dabei in Konkurrenz zu anderen Freizeiteinrichtungen.² Die Raumgestaltung beziehungsweise das Display der Ausstellungen spielen bei der Bereitstellung der Erlebnisse eine wesentliche Rolle. Diese Arbeit beschäftigt sich mit Ausstellungen und Ausstellungsräumen, die eine atmosphärische, immersive und/oder multisensorische Erfahrung für BesucherInnen anstreben und deren Inhalte dabei mit der Inszenierung verschmelzen. Bereits KünstlerInnen der Avantgarde erweiterten ihre Kunst in den Raum, sodass die Ausstellung nicht mehr nur als visuelles, sondern auch als körperlich und multisensorisch erfahrbares Erlebnis konstituiert wurde, das BetrachterInnen miteinbezog. KünstlerInnen schufen durch die Beschäftigung mit dem Raum, die Ansprache aller Sinne und die Beteiligung der BetrachterInnen an dem Kunstwerk, eine über die wissenschaftlich-logische Herangehensweise hinausgehende Erfahrung, die gleichzeitig ein ästhetisches und körperliches Erleben möglich machte und die Grenzen zwischen BetrachterIn und Objekt auflöste.³ „[Künstler] gewannen Macht gegenüber den Ausstellungsmachern [...], „schenkten“ diesen aber dafür räumliche Vorbilder für Ausstellungskonstellationen [...].“⁴ Diese Herangehensweise, deren Anfänge sich im frühen 20. Jahrhundert finden, inspiriert noch heute KünstlerInnen und AusstellungsmacherInnen dazu, RezipientInnen das Gesamtkunstwerk Ausstellung erleben zu lassen. Viele Tendenzen und Errungenschaften früher RaumkünstlerInnen haben bereits Einzug in die kuratorische Praxis

1 ICOM-Richtlinien, 2010, URL: <http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-museumsdefinition.php> (Stand: 02.04.2018).

2 Hubert LOCHER, Die Kunst des Ausstellens. Anmerkungen zu einem unübersichtlichen Diskurs, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 41–62, S. 50.

3 Peter J. SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet! Über die Ausstellung als Ort und Ereignis der Kunst. Polemik oder Apotheose?, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 63–85, S. 74.

4 Werner HANAK-LETTNER, Dramaturgie der Ausstellung. Über das Spiel zwischen Menschen und Dingen, Dissertation Universität Wien 2008, S. 225.

gefunden.⁵ Obwohl es natürlich verschiedene Möglichkeiten der Teilhabe und Partizipation von BetrachterInnen gibt, die im Rahmen von Kunst- und Kulturvermittlung stattfinden, liegt das Hauptaugenmerk dieser Arbeit auf einer Beschäftigung mit dem Display und der räumlichen Ausstellungsgestaltung. Es findet eine Auseinandersetzung zu den Möglichkeiten und Problematiken multisensorischer Ausstellungsdisplays und -räume und ihrer Wirkung auf RezipientInnen statt.

Am Beginn der Arbeit steht eine kurze Erläuterung relevanter Begrifflichkeiten. Anschließend widmet sich das zweite Kapitel historischen Entwicklungen, die die Beginne der künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Raum zeigen – es geht um Entgrenzungstendenzen der modernen Kunst und frühe Raumpioniere, die räumlich erfahrbare Werke und Displays gestalteten, die nicht nur den visuellen Sinn und die logische Rezeption von Kunst, sondern vermehrt auch eine multisensorische, körperliche Erfahrung ermöglichen. Hier wird in erster Linie auf El Lissitzky, Kurt Schwitters, Friedrich Kiesler und Marcel Duchamp eingegangen. Auch die spätere Entwicklung der räumlichen künstlerischen Auseinandersetzungen wird berücksichtigt. Bahtsetzis und Schlüter geben einen guten Überblick über die historischen Entwicklungen und werden unter anderem für diesen Teil der Arbeit als Referenz herangezogen.⁶

In Kapitel 3 werden zeitgenössische immersive und multisensorische künstlerische Auseinandersetzungen betrachtet, die in der Tradition früher RaumkünstlerInnen stehen und deren Arbeiten exemplarisch für diese Auseinandersetzung sind. „Baroque Baroque – Olafur Eliasson“ (2015/16) im Winterpalais Prinz Eugen Wien sowie eine Retrospektive zu „Ernesto Neto“ in der Kunsthalle Krems (2015) werden betrachtet. Weiters wird die Ausstellung „Hisako Inoue. Bibliothek der Gerüche“ (2017/18) in der Villa Stuck in München analysiert. Zumindest anhand hoher BesucherInnenzahlen zu urteilen, arbeiten heute zahlreiche zeitgenössische KünstlerInnen erfolgreich mit Strategien, die den Raum verändern und gestalten und RezipientInnen multisensorische, körperliche sowie partizipatorische Erfahrungen ermöglichen. Häufig findet hier eine Verbindung der kuratorischen und künstlerischen Arbeit statt. Auch neue Arten der Immersion sollen anhand von Virtual Reality-Räumen und Multimedia-Ausstellungen betrachtet werden, deren technische Strategien

5 Christine HAUPT-STUMMER, Display – ein umstrittenes Feld, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 93–100.

6 Sotirios BAHTSETZIS, Geschichte der Installation. Situative Erfahrungsgestaltung in der Kunst der Moderne, Dissertation Technische Universität Berlin 2005; Katharina SCHLÜTER, Installationen: Systeme im Raum, Dissertation Universität Hamburg 2008.

möglicherweise in Zukunft immer relevanter für die Ausstellungsgestaltung werden könnten. „Von Monet bis Kandinsky. Visions Alive“ (2018) in der Alten Münze in Berlin sowie „Klimt's Magic Garden – A Virtual Reality Experience“ (2018) von Frederick Baker im Österreichischen Museum für angewandte Kunst/Gegenwartskunst (MAK) in Wien werden betrachtet. Der Fokus der Arbeit liegt somit auf Kunstaussstellungen. Dennoch wird in einem Exkurs auch darauf eingegangen, wie ähnliche Strategien Einzug in die kuratorische Arbeit an kulturhistorischen Ausstellungen finden. Obwohl die historische und gegenwärtige Entwicklung von Ausstellungen hier einen anderen Hintergrund hat, sind sie dennoch ausgesprochen spannend für das Thema dieser Arbeit, da sie häufig experimentierfreudiger und mutiger im Hinblick auf den Einsatz multisensorischer Strategien und Emotionen sind. Dies hat damit zu tun, dass sie nicht in der Tradition des White Cube verhaftet sind und die Displays zudem zwar mit einem Objekt, nicht aber mit einem Kunstwerk in Konkurrenz treten. Als Beispiel wird die Dauerausstellung des Staatlichen Museums für Archäologie in Chemnitz (smac) herangezogen, das 2014 eröffnet wurde und ein ausgesprochen inkludierendes, multisensorisches Display aufweist. Außerdem werden das Untergeschoß des Jüdischen Museums in Berlin als immersive, begehbare Raumsulptur sowie Ausstellungen des Wien Museum beleuchtet, bei denen Strategien der multisensorischen Ausstellungsgestaltung in das Display einfließen.

Durch die Auseinandersetzung mit den genannten Ausstellungsbeispielen soll sich die Arbeit schließlich den Chancen multisensorischer Displays, wie dem intensiveren, länger anhaltenden Erlebnis oder der niederschweligen Ansprache eines breiten Publikums, durch eine veränderte Kunst- und Objektwahrnehmung, widmen. Theorien, die sich mit der Rezeption von Kunst beschäftigen, werden vorgestellt. Sie bieten unterschiedliche Ansätze zur Annäherung an die vielfältigen Möglichkeiten multisensorischer Displays. Die Rezeptionsästhetik wird vorgestellt, deren VertreterInnen der Ansicht sind, dass BetrachterInnen Anteil an der Werkproduktion haben und ein Werk mit unterschiedlichen Sinnen und nicht nur logisch-wissenschaftlich erfahrbar ist. Insbesondere Wolfgang Kemp, Juliane Rebentisch und Werner Hanak-Lettner sind für diese Thematik spannend.⁷ Auch Aspekte der multisensorischen Werbung und des multisensorischen beziehungsweise ganzheitlichen Lernens sowie Ansätze der Kognitionspsychologie, die sich mit Wahrnehmung und Erkenntnis auseinandersetzen und Parallelen zu multisensorischen Ausstellungsräumen aufweisen, werden mit einbezogen, um noch intensiver auf die Möglichkeiten immersiver

⁷ Wolfgang KEMP, *Der explizite Betrachter*, Konstanz 2015; HANAK-LETTNER, *Dramaturgie*, 2008; Juliane REBENTISCH, *Ästhetik der Installation*, Frankfurt am Main 2003.

Displays einzugehen. Hierfür werden beispielsweise die Theorie des „Emotional Design“ von Donald Norman, die Petra Gersch⁸ auf die Ausstellungsanalyse überträgt, sowie ein Werk zum multisensorischen Marketing von Nolke und Gierke⁹ verwendet. Auch die Möglichkeit einer niederschweligen Ansprache mittels multisensorischer Räume wird diskutiert.

Gleichzeitig sollen allerdings auch die Problematiken beziehungsweise die Kritik an solchen Displays, wie der Vorwurf der Eventisierung, Disneylandisierung und Trivialisierung von Kunst und Kultur oder der Verschiebung der Museumsaufgaben, behandelt werden. Im Zuge dessen wird die Entwicklung hin zu einer Eventisierung von Museen seit den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts besprochen und diverse KritikerInnen, wie beispielsweise Stefan Kraus¹⁰, werden herangezogen, um das Thema zu analysieren. Relevante Literatur zu dieser Thematik stammt unter anderem auch von Hilde S. Hein, Petra Hornig, Volker Kirchberg sowie Gerhard Schulze.¹¹

Das Thema und das Interesse an multisensorischen Ausstellungserlebnissen hat sich aus einem persönlichen Widerspruch ergeben. Einerseits gibt es vermehrt den Wunsch – auch meinen persönlichen Wunsch – mit einem Kulturprojekt beziehungsweise einer Ausstellung möglichst viele Menschen anzusprechen, zu inkludieren und niederschwellig zu sein, um sie erreichen zu können. Gleichzeitig ist es häufig problematisch, in eine zu plakative, trivialisierende Form oder in Richtung einer zugespitzten Eventisierung abzudriften, die lediglich Effekthascherei bleibt, ohne zu einer ernsthaften Auseinandersetzung mit Themen und Objekten beizutragen. Dieser persönliche Konflikt, der zu der Wahl des Themas führte, wird gut durch den Titel der Denkschrift zur Lage der Museen der Berliner Schriften der Museumsforschung auf den Punkt gebracht: „Museen zwischen Qualität und Relevanz“.¹² Sollen Ausstellungen qualitativ hochwertig oder gesellschaftlich relevant sein? Muss dies ein Widerspruch sein? Die Frage, die sich AusstellungsmacherInnen stellen sollten, ist meiner Ansicht nach eher, ob nicht doch beides möglich sein kann und sein sollte und wie es sich

8 Petra GERSCH, Unverwechselbare Merkorte. Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung, Bochum 2009, S. 23–50.

9 Stephan Vincent NÖLKE, Christiane GIERKE, Das 1x1 des multisensorischen Marketings. Multisensorisches Branding: Marketing mit allen Sinnen. Umfassend, unwiderstehlich, unvergesslich, Köln 2011.

10 Stefan KRAUS, Formate bestimmen die Inhalte. Kunstbetrieb, Kunst und Kunstvermittlung, Budapest 2017.

11 Hilde S. HEIN, The Museum in Transition. A Philosophical Perspective, Washington 2000; Petra HORNIG, Kunst im Museum und Kunst im öffentlichen Raum: Elitär versus demokratisch?, Wiesbaden 2011; Volker KIRCHBERG, Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven, Wiesbaden 2018; Gerhard SCHULZE, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main 2005.

12 Bernhard GRAF, Volker RODEKAMP (Hg.), Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen, Berliner Schriften zur Museumsforschung Volume 30 – Special Volume, Berlin 2016.

umsetzen ließe – gesellschaftlich relevante Ausstellungen, die ein breites Publikum ansprechen und gleichzeitig qualitativ hochwertig sind. Kraus behauptet im Hinblick auf die Kunst, Kunstwerke könnten sich selbst vermitteln und der „Mitteilungscharakter“ sei bereits im Kunstwerk selbst als Teil seines Wesens angelegt.¹³ Obwohl ich Teilaspekte seiner Kritik an der Ökonomisierung von Kunst und Kultur durchaus teile, sind es genau solche Behauptungen, die den Zugang zu Kunst und Kultur meiner Ansicht nach erschweren und lediglich dazu dienen, den Status quo aufrecht zu erhalten – Kraus' Aussage bedeutet, dass es keiner Vermittlung und keiner Erleichterung von Zugängen bedarf. Doch was ist mit jenen, die keinen Zugang zu der Mitteilung des Werks haben? Meiner Ansicht nach, sollte es das Bestreben einer Institution sein, jedem, der den Wunsch der Teilhabe an Kunst und Kultur verspürt, diese Teilnahme zu ermöglichen und zu erleichtern beziehungsweise sogar daran zu arbeiten, den Wunsch nach der Teilhabe zu initiieren. Wie Artikel 27 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte besagt: „Jeder hat das Recht am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich an den Künsten zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Errungenschaften teilzuhaben.“¹⁴ Vielleicht bietet die Einbeziehung multisensorischer, körperlicher Erfahrungen in das Ausstellungsdisplay und die Ausgestaltung, Möglichkeiten dies zu erreichen. Die Arbeit fragt danach, was multisensorische Ausstellungen hinsichtlich der Wahrnehmung des Publikums und der Demokratisierung der Institutionen leisten können.

13 KRAUS, Formate bestimmen die Inhalte, S. 49.

14 Menschenrechtserklärung, URL: <https://www.menschenrechtserklaerung.de/kultur-3689/> (Stand: 02.04.2018).

1. „MULTISENSORISCHE, IMMERSIVE AUSSTELLUNGSDISPLAYS“ - EINE ERSTE

DEFINITION

Diese Arbeit behandelt das Potenzial sowie die Problematik multisensorischer Displays, die von KünstlerInnen und/oder KuratorInnen geschaffen werden und ein Erlebnis beziehungsweise eine besondere auch emotionale Erfahrung für BesucherInnen ermöglichen sollen. Die räumliche Gestaltung spielt heutzutage bei der Konzeption dieser Erlebnisse eine relevante Rolle. Bevor jedoch detaillierter auf historische und aktuelle Entwicklungen eingegangen wird, sollen hier kurz die nötigen Begrifflichkeiten erläutert werden.

Unter „multisensorischen“ Ausstellungen werden räumliche Inszenierungen verstanden, die es ermöglichen, Objekte und Themen über mehr als nur den visuellen Sinn und die logische Wahrnehmung zu erfahren. „Multisensorisch“ meint über mehrere Sinne wahrnehmbar. Der Begriff „multisensorisch“ wird beispielsweise auch im pädagogischen und wirtschaftlichen Kontext verwendet – für „multisensorisches Lernen“ oder „multisensorisches Marketing“, was in Kapitel 4 vertieft wird. In der sinnlichen Wahrnehmung wird in der Regel zwischen fünf Sinnen unterschieden: dem Sehen, der visuellen Wahrnehmung, dem Hören, der auditiven Wahrnehmung, dem Riechen, der olfaktorischen Wahrnehmung, dem Schmecken, der gustatorischen Wahrnehmung sowie dem Tasten, der taktilen Wahrnehmung. Die Marketing-ExpertInnen Nölke und Gierke gehen jedoch noch weiter und sprechen im Zusammenhang mit multisensorischen Wirkungen außerdem von „physiologischen Sinnen“, wie Temperatursinn, Schmerzempfindung, Gleichgewichtssinn und Körperempfindung.¹⁵ Eine multisensorische und körperliche Erfahrung geht somit weit über die visuelle und logische Wahrnehmung hinaus und spricht in erster Linie auch unsere Emotionen und Empfindungen an, die als wesentlich für jede unserer Erfahrungen und Entscheidungen erachtet werden.

Ein weiterer relevanter Begriff ist „Immersion“ beziehungsweise „immersiv“, der vom Lateinischen „immersio“, was „Eintauchen“ oder „Einbettung“ bedeutet, abgeleitet wird. In der Kunst ist das Eintauchen in ein Werk gemeint. Laura Bieger definiert Immersion folgendermaßen: „Die Ästhetik der Immersion ist eine Ästhetik des Eintauchens, ein kalkuliertes Spiel mit der Auflösung der Distanz. Sie ist eine Ästhetik des empathischen körperlichen Erlebens und keine der kühlen Interpretation. Und: Sie ist eine Ästhetik des

15 NÖLKE, GIERKE, Multisensorisches Marketing, Position 161–165.

Raumes, da sich das Eintaucherleben in einer Verwischung von Grenzen zwischen Bildraum und Realraum vollzieht.“¹⁶ Wenn es um einen Ausblick auf die Zukunft des Museums geht, kann Immersion auch in einem anderen Kontext gesehen werden. Ein Konzept, das das Eintauchen in eine andere Welt ermöglicht, wird heute vor allem mit Videospiele und virtuellen Realitäten und Räumen verbunden. Diese beginnen bereits Einzug in die Ausstellungsgestaltung zu finden, wofür sich in Kapitel 3.2. Beispiele finden.

Der Terminus „Display“ geht auf das lateinische Wort „displicare“ zurück, das „entfalten“, „ausbreiten“ beziehungsweise „offenlegen“ bedeutet.¹⁷ Wie Christine Haupt-Stummer ausführt, wird der Begriff im Bereich der Architektur, des Bühnenbildes, des Designs, der Grafik, der Kunst und der Ausstellungsgestaltung verwendet.¹⁸ Das Display „umfasst die Gestaltungselemente, die den Ausstellungsexponaten hinzugefügt werden und nicht permanenter Teil der Museumsarchitektur sind“.¹⁹ Es gewinnt in der Produktion, Vermittlung und Analyse von Ausstellungen zunehmend an Bedeutung, da jedes gestalterische Element und Detail die Wahrnehmung von RezipientInnen beeinflusst.²⁰

Im Zusammenhang mit dem Display und mit inszenierten Ausstellungen ist auch von „Szenographie“ die Rede. Die Szenographie kommt aus dem Theaterbereich und wird nach Roth als das „Handwerk, dreidimensionale Räume so zu inszenieren, so einzurichten, dass Inhalte verstärkt durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und damit in der intendierten Aussage werden“ definiert.²¹ Relevant sind Szenographen in der Theaterarbeit, der filmischen Arbeit und heutzutage auch im Ausstellungsbereich.

Was nun unterscheidet multisensorische, immersive Ausstellungsdisplays von anderen Arten der Ausstellungsgestaltung? Wie Gersch richtig sagt, kann in jedem Fall nicht nicht gestaltet werden – jede Entscheidung für eine gewisse Form der Gestaltung ist eine gestalterische Aussage.²² Sowohl bei immersiven, multisensorischen Ausstellungen, als auch bei anderen Präsentationsformen handelt es sich daher um eine bewusste Entscheidung für bestimmte Gestaltungsmittel. Multisensorische Ausstellungen werden häufig im Gegensatz zu

16 Laura BIEGER, *Ästhetik der Immersion: Raumerleben zwischen Welt und Bild. Las Vegas, Washington und die White City*, Bielefeld 2007, S. 9; zit.n.: KEMP, *Der explizite Betrachter*, S. 178.

17 HAUPT-STUMMER, *Display*, S. 93.

18 Ebenda.

19 Vgl. ebenda, S. 99.

20 Ebenda.

21 Martin ROTH, *Scenografie – Zur Entstehung von neuen Bildwelten im Themenpark der Expo 2000*, in: *Museumskunde*, 66 1, 2001, S. 25.

22 GERSCH, *Unverwechselbare Merkorte*, S. 10.

zurückgenommenen, objektbezogenen Ausstellungen gesehen, die das Kunstwerk oder Objekt selbst in den Mittelpunkt stellen und mittels einer „puristischen, auratisierenden Objektdarbietung auf Sockeln oder hinter Vitrinen“ betonen.²³ Im Gegensatz dazu heben Ausstellungsgestaltungen, die den Ausstellungsraum zu einem Gesamtkunstwerk und Rundumerlebnis machen, die Grenzen zwischen Objekt- und Rezeptionsraum auf und es findet „keine Ausrichtung mehr auf ein auratisches Objekt statt.“²⁴ „The immersive exhibition or installation represents a loss of this subject/object spacing by using the language of the multi-sensory as opposed to the language of vision. It embraces all the senses, creating a space where any gaps or sense of separatedness are lost.“²⁵ Die Unterschiede liegen in der Art der kreierten Atmosphäre, beziehungsweise der spezifischen Stimmung in multisensorischen Ausstellungen, die auch Auswirkungen auf die ungeschriebenen Regeln und Verhaltenskodizes in Museen hat. Besonders wichtig ist die Art der Annäherung an Räume und Objekte sowie die Rezeption von Werken und Objekten, die eine multisensorische Erfahrung ermöglicht, die über die rationale und visuelle Verarbeitung hinaus geht. Bei der Betrachtung der gewählten Ausstellungsbeispiele in Kapitel 3 sowie bei der Herausarbeitung der Chancen und Möglichkeiten von Ausstellungsdisplays in Kapitel 4 werden ihre Besonderheiten weiter diskutiert.

2. HISTORISCHE ENTWICKLUNGEN DER RAUMKUNST

Einleitend wurde bereits erwähnt, dass raumbezogene Kunst, die sich den Ausstellungsraum zu eigen macht, ein Vorbild für ein verändertes, multisensorisches Ausstellungsdisplay war. Hier sollen nun die historischen Anfänge dieser künstlerischen Auseinandersetzung, die sich in erster Linie bei der Kunst der Avantgarde des 20. Jahrhunderts finden, betrachtet werden. Es sei jedoch erwähnt, dass sich auch zuvor bereits Tendenzen für das Interesse von KünstlerInnen, den Raum zu verändern und eine veränderte oder erweiterte Raumerfahrung für BesucherInnen zu ermöglichen, erkennen lassen – dazu gehören beispielsweise barocke Interieurs, die den Raum zu einem Gesamtkunstwerk werden ließen oder frühe Trompe-l'œil-Raumgestaltungen, die sich schon in Pompeii finden und mit der Raumwahrnehmung der

23 Vgl. ebenda, S. 5 f.

24 SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet, S. 72.

25 Mark WIGLEY, Discursive versus Immersive. The Museum is the Massage [sic!], in: Stedelijk Studies, 4, 2016, S. 1–11, https://www.stedelijkstudies.com/beheer/wp-content/uploads/2016/07/Stedelijk-Studies_Discursive-versus-Immersive_Wigley.pdf (Stand: 02.04.2018). S. 2.

BetrachterInnen spielen. Wie Kemp erwähnt, war der früheren Kunstwissenschaft das Zusammenspiel von KünstlerIn, Werk und BetrachterIn nicht fremd.²⁶ Er meint, erst zu einem späteren Zeitpunkt sei es für KünstlerInnen und KritikerInnen verpönt geworden, RezipientInnen mitzudenken.

Um den Einfluss von AvantgardekünstlerInnen des 20. Jahrhunderts auf die Ausstellungsgestaltung sowie die veränderte Kunstrezeption zu beleuchten, sollen hier historische Beispiele diskutiert werden, die zu einer frühen künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Raum und zu räumlichen Inszenierungen, die sich der „Kunst als Situation“ und Erfahrungsraum widmeten, führten.²⁷ Es soll dabei die Entwicklung von der Fläche in den Raum und somit die „Entgrenzung des traditionellen, in sich geschlossenen Kunstwerks in den es umgebenden Raum“ sowie die Entwicklung früher Installationen betrachtet werden, die einerseits räumliche Inszenierungen waren und andererseits begannen, eine aktive Beteiligung der BetrachterInnen einzufordern.²⁸

2.1. ENTGRENZUNGSTENDENZEN DER MODERNE

Die Geschichte der modernen Kunst ist, wie Rebentisch erläutert, wesentlich „durch Entgrenzungstendenzen“ geprägt – u.a. der Entgrenzung von Kunstwerk und „umgebendem Raum“ sowie von BetrachterIn und BetrachterInnenraum.²⁹ O'Doherty thematisiert die Entwicklung des modernen Galerieraums parallel zur Entwicklungsgeschichte der modernen Kunst und beschreibt das Gemälde des 19. Jahrhunderts als „self-contained entity, totally isolated from its [...] neighbor by a heavy frame“, während die spätere Entwicklung um die Jahrhundertwende hin zu einer Entgrenzung von Bild und Rahmen ging, wodurch sich auch die Präsentation der Werke im Ausstellungsraum veränderte.³⁰ O'Doherty meint, Landschaftsmalerei und Impressionismus hätten durch ihre „Horizonte“ Druck auf den Rahmen ausgeübt und durch die wie zufällig gewählten Bildausschnitte den Eindruck vermittelt, das Bild könne an anderer Stelle weiter gehen. Laut ihm führte dies erstmals zu der Notwendigkeit, die Bilder an der Wand zu trennen und anders zu hängen, wodurch sich

26 Wolfgang KEMP, Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik, in: Wolfgang KEMP (Hg.), Der Betrachter ist im Bild, Berlin, Hamburg, Reimer 1992, S. 7-28, S. 9-11.

27 Sotirios BAHTSETZIS, Geschichte der Installation, S. 9-11.

28 Vgl. ebenda, S. 9-11.

29 REBENTISCH, Installation, S. 14-16.

30 Brian O'DOHERTY, Inside the White Cube, in: Brian O'DOHERTY, Inside the White Cube, Berlin 1996, S. 16-22.

Ausstellungsräume nachhaltig verändern sollten.³¹ Von den 1920ern an begannen sich, auch durch den Einfluss des Bauhauses und vor allem ausgehend vom MoMA „neutral-colored galleries and spacious arrangements so favoured by Barr“, dem damaligen MoMa-Direktor, durchzusetzen, die bis heute ihre Gültigkeit behalten sollten.³² Kachur hebt insbesondere die Bedeutung abstrakter Malerei für diese Entwicklung hervor: „With Malevich's Black Square and Tatlin's counterreliefs [...] at the end of 1915 came the first inkling that abstract art would reach beyond the frame to mold its surroundings.“³³

Zusätzlich zu der Auflösung des traditionell gerahmten, isolierten Bildes, sind noch andere Entgrenzungstendenzen in der Geschichte der modernen Kunst zu nennen – Rebentisch betont insbesondere die Entgrenzung von Kunstwerk und dem „das [organische Kunstwerk] umgebenden Raum“, die Entgrenzung von BetrachterIn und BetrachterInnenraum, die „neuartige aktive Rolle“, die BetrachterInnen zugewiesen wurde und damit einhergehend auch „die Auflösung des traditionellen [objektivistischen] Werkbegriffs“.³⁴ Stärker noch als in der abstrakten Malerei sind diese Entgrenzungstendenzen in der installativen Kunst zu beobachten. Wie Bahtsetzis ausführte, handelt es sich um Kunst, die in den BetrachterInnenraum eindringt und die Grenzen zwischen BetrachterIn und Kunstwerk negiert. BetrachterInnen kommt zugleich eine aktive, körperliche Rolle zu und neue Erfahrungen im Ausstellungsraum werden ermöglicht.³⁵ Auch Noltze schreibt, durch „das Fehlen einer traditionellen Grenzziehung, wie Sockel oder Rahmen, wird der architektonische Raum zu einem wesentlichen Faktor der Installationskunst bestimmt.“³⁶

Es gab, wie bereits erwähnt, auch schon früher Räume, die als Gesamtkunstwerke gestaltet wurden, doch die wirklichen Beginne der Entgrenzungstendenzen und die intensive Beschäftigung mit der Wirkung des Ausstellungsraums auf BetrachterInnen finden sich insbesondere seit dem frühen 20. Jahrhundert. Natürlich wird jeder Ausstellungsraum von BesucherInnen auch räumlich wahrgenommen und erschlossen, doch hier geht es um Räume, die ihre herkömmliche Kunsthängung und -präsentation in einem möglichst neutralen oder dekorativen Umfeld zugunsten subjektiver multisensorischer Erfahrungsräume aufgegeben haben.

31 O'DOHERTY, *Inside the White Cube*, S. 16–22.

32 Mary Anne STANISZEWSKI, *The Power of Display. A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*, Cambridge, MA/London 1998, S. 292.

33 Lewis KACHUR, *Displaying the Marvelous. Marcel Duchamp, Salvador Dali, and Surrealist Exhibition Installations*, Massachusetts 2001, S. 6.

34 REBENTISCH, *Installation*, S. 14–16.

35 BAHTSETZIS, *Geschichte der Installation*, S. 13.

36 Katja NOLTZE, *Dialog Kunst – Raum. Situative Innenrauminstallation als Wahrnehmungsangebot und Lernort*, Bamberg 2005, S. 16.

2.2. PIONIERE DER KÜNSTLERISCHEN RAUMINSZENIERUNG

Die Beginne der künstlerischen Ausstellungsinszenierungen und -räume sind bereits in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu finden. „Die wenigen erlebnisorientierten Ausstellungen [wurden] zumeist von den Avantgardisten organisiert“.³⁷ So sollen hier El Lissitzky, Kurt Schwitters, Friedrich Kiesler und Marcel Duchamp als frühe Beispiele betrachtet werden. Im Anschluss wird besprochen, dass, aufbauend auf den Errungenschaften dieser Raumpioniere, die Avantgarde der 1960er und 70er Jahre ihre Kunst zunehmend in den Raum erweitern sollte. „Environments, Installationen, Ensembles und minimalistische Skulpturen nahmen den Raum in Besitz, rhythmisierten ihn oder erschufen ihn völlig neu.“³⁸

2.2.1. EL LISSITZKY (1890-1941)

Anfang des 20. Jahrhunderts entwickelte sich die Kunstproduktion in Europa immer mehr in Richtung der reinen Abstraktion.³⁹ Zu den wesentlichen Strömungen gehörten der Konstruktivismus, begründet von Wladimir Tatlin (1885-1953), sowie der Suprematismus, begründet von Kasimir Malewitsch (1878-1935).⁴⁰ Der russische Künstler, Maler, Architekt, Typograph und Buchgestalter El Lissitzky gehörte in den 20er Jahren zur europäischen Avantgarde und setzte sich intensiv mit Suprematismus und Konstruktivismus sowie deren räumlicher Umsetzung auseinander.⁴¹ Er empfand seine Serie „Proun“⁴², in der er ab 1919 mit geometrischen Flächen, Formen und Linien arbeitete, als Übergangspunkt zwischen Malerei und Architektur.⁴³ 1923 setzte er seine Ideen schließlich im Rahmen der Großen Berliner

37 HANAK-LETTNER, Dramaturgie, S. 156.

38 Vgl. ebenda, S. 221.

39 Tatjana GORJATSCHEWA, Suprematismus und Konstruktivismus. Antagonismus und Ähnlichkeit, Polemik und Zusammenarbeit, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden, 2008, S. 16–28, S. 16.

40 1915 wurden in Petrograd erstmalig Werke, der von Kasimir Malewitsch begründeten Kunstrichtung des Suprematismus gezeigt. Darunter war auch das Schwarze Quadrat, das für ihn zu der „Grundlage des gegenstandslosen künstlerischen Denkens“ wurde. Bald schon entwickelte sich eine Rivalität zwischen Künstlern der beiden Kunstrichtungen. Tatjana GORJATSCHEWA, Suprematismus und Konstruktivismus. Antagonismus und Ähnlichkeit, Polemik und Zusammenarbeit, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden, 2008, S. 16–28, S. 17.

41 Aufgrund seiner jüdischen Herkunft kehrte er 1925 von Deutschland, wo er zuvor als Künstler tätig war und Architektur studierte, nach Russland zurück. Diese Zeit war verstärkt durch die Beschäftigung mit „anwendungsbezogenen“ Kunstformen – Design und Typographie – gekennzeichnet. Katrin SIMONS, El Lissitzky. Proun 23N oder der Umstieg von der Malerei zur Gestaltung, Frankfurt am Main 1993, S. 9–14.

42 Katrin SIMONS, El Lissitzky. Proun 23N oder der Umstieg von der Malerei zur Gestaltung, Frankfurt am Main 1993, S. 27 f.

43 „Proun“ leitet sich von „Pro UNOWIS“ ab; UNOWIS („Bestätiger der neuen Kunst“) war eine von Malewitsch im

Kunstaussstellung im „Prounenraum“ (Abb. 1) räumlich um. BesucherInnen wurden durch geometrische Formen und Linien an Wänden und Decke durch den Raum geleitet, bis sie bei einer Wand mit einem schwarzen Quadrat ankamen.⁴⁴ Teils handelt es sich um Malerei direkt an der Wand, teils um Reliefkompositionen. „Visitors to Proun Room literally walked into an image. They moved in the room's actual space and were enveloped in its universe of pure geometry, clear proportions and spacial dynamics and in its use of both real materials and painted surfaces.“⁴⁵ El Lissitzkys Werk dehnte sich in den dreidimensionalen, direkt erfahrbaren Ausstellungsraum aus und verschmolz mit ihm zu einem Gesamtkunstwerk, das eine visuelle, räumliche und zeitliche Erfahrung ermöglichte.⁴⁶

El Lissitzky, der später noch an den „Abstrakten Kabinetten“⁴⁷ arbeiten sollte, nahm hier bereits Ideen vorweg, die auch heute noch relevant sind und ging dabei über Malewitschs Ideologie des Suprematismus hinaus: Seine Rauminstallation sprengte den Bildrahmen, spielte mit Sehgewohnheiten, aktivierte den Blick, hinterfragte das Raumverständnis und ermöglichte eine räumliche Erfahrung. Der Ausstellungsraum selbst wurde zum Kunstwerk.⁴⁸

2.2.2. KURT SCHWITTERS (1887-1948)

Der in Hannover geborene Künstler Kurt Schwitters hatte engen Kontakt zu den russischen Konstruktivisten sowie zu El Lissitzky und beschäftigte sich bereits früh mit abstrakter Kunst und dem Futurismus.⁴⁹ Statt einer Auseinandersetzung mit der Zukunft widmete er sich der „künstlerischen Auseinandersetzung mit der Gegenwart“ und der Verbindung von Alltag und

Jahr 1920 gegründete Gruppe, deren Ziel der Aufbau einer gegenstandslosen suprematistischen Welt war. Tatjana GORJATSCHEWA, Suprematismus und Konstruktivismus. Antagonismus und Ähnlichkeit, Polemik und Zusammenarbeit, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden 2008, S. 16–28, S. 20.

44 Nancy PERLOFF, Brian REED, Situating El Lissitzky, Vitebsk, Berlin, Moskau 2003, S. 48.

45 Vgl. ebenda, S. 50.

46 „Visitors to Proun Room literally walked into an image. They moved in the room's actual space and were enveloped in its universe of pure geometry, clear proportions and spacial dynamics and in its use of both real materials and painted surfaces.“ Vgl. ebenda, S. 48–50.

47 In den Jahren 1926-1928 arbeitet El Lissitzky unter der Leitung von Alexander Dorner an zwei weiteren Ausstellungsräumen – den „Abstrakten Kabinetten“. Hier sollten Räume für abstrakte Kunst gestaltet werden. Es ging um eine neue Erfahrung für BesucherInnen, darum BesucherInnen zu aktivieren und traditionelles Sehen und Wahrnehmen zu hinterfragen. Fritz EMSLANDER, Die dritte Dimension. Raumkonstruktionen bei Kasimir Malewitsch, Gustav Kluzis, Alexander Rodtschenko, El Lissitzky und Kurt Schwitters, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden 2008, S. 42–50, S. 45.

48 Vgl. ebenda, S. 45.

49 Florian STEININGER, Kurt Schwitters. Leben und Werk, in: Ingrid BRUGGER, Siegfried GOHR, Gunda LUYBES (Hg.), Schwitters. Anlässlich der Ausstellung Schwitters, Kunstforum Wien, 15. März bis 16. Juni 2002, Wien 2003, S. 53–60, S. 53.

Kunst.⁵⁰ Er begann alltägliche Gegenstände in seine Kunst zu integrieren, sodass erste Collagen und Assemblagen entstanden, die er als „Merz“ bezeichnete. „Kaputt war sowieso alles und es galt aus den Scherben Neues zu bauen. Das aber ist Merz.“⁵¹ Ab 1923 arbeitete er am Merzbau (Abb. 2), der zuerst als Atelier diente und schließlich zu einer begehbare Raumplastik wurde. Er blieb stets unvollendet und war eine Ansammlung aus Erinnerungsstücken des Künstlers, die Wände und Decken der Räume überzogen und den Raum zu einem Gesamtkunstwerk machten.⁵² Wie Emslander ausführt, war dieses Gesamtkunstwerk als „begehbare Plastik“ die „konsequente Erweiterung von Assemblage und Merz-Plastik in die dritte Dimension“.⁵³ Es handelte sich um ein begehbare und räumlich erlebbares Kunstwerk. Aus diesem Grund wird der Merzbau hier auch als frühes Beispiel eines Raumkünstlers angeführt, obwohl es sich, im Gegensatz zu den Räumen, die El Lissitzky gestaltete, hier um einen Raum handelte, der in erster Linie vom Künstler selbst genutzt wurde und keine BetrachterInnen mitdachte.

2.2.3. FRIEDRICH KIESLER (1890-1965)

Der Bühnenbildner, Designer, Architekt und Künstler Friedrich Kiesler beschäftigte sich intensiv mit der Wahrnehmung von RezipientInnen und realisierte frühe Ausstellungsgestaltungen, die das Publikum gezielt involvieren sollten. Ab den 20er Jahren gehörte der österreichische Künstler der Avantgarde in New York an, wo er Ausstellungsräume für Peggy Guggenheims Galerie „Art of This Century“ (Abb. 3) gestaltete.⁵⁴ Es handelte sich um theatrale Inszenierungen von Kunstwerken anderer Künstler, die Kiesler als Ausstellungsgestalter künstlerisch präsentierte. Drehbare Bilder und modular benutzbare Möbel luden zur Partizipation und zum Anfassen ein. Lichteffekte und Geräusche sollten, als Ergänzung zu haptischen Elementen, weitere Sinne bedienen. Es ging um „optimale Wahrnehmungsmöglichkeiten vonseiten des Publikums“, das in einen aktiven Dialog mit den

50 EMSLANDER, Die dritte Dimension, S. 48.

51 Zit.n.: Siegfried GOHR, Die wilde Ehe der Materialien. Zu den Collagen von Kurt Schwitters, in: Ingrid BRUGGER, Siegfried GOHR, Gunda LUYBES (Hg.), Schwitters. Anlässlich der Ausstellung Schwitters, Kunstforum Wien, 15. März bis 16. Juni 2002, Wien 2003, S. 78–81, S. 78.

52 David RICHARDT, Merzbau, in: Ingrid BRUGGER, Siegfried GOHR, Gunda LUYBES (Hg.), Schwitters, Wien 2003, S. 279.

53 EMSLANDER, Die dritte Dimension, S. 50.

54 Mario KOPF, Friedrich Kiesler: Eine andere Galaxie, in: Kurier, 2016, <https://kurier.at/wohnen/friedrich-kiesler-eine-andere-galaxie/220.150.511> (Stand: 12.02.2017).

Werken trat.⁵⁵ Kiesler schuf ein Gesamtkunstwerk für die Präsentation von Kunst. Dabei arbeitete er mit Gedanken und Vorstellungen, die auch heute noch nicht selbstverständlich sind – beispielsweise entwarf er eine Skizze, in der gezeigt wird, dass BesucherInnen eine Skulptur selbst beleuchten und durch die eigenständige Handhabung von Spiegeln von allen Seiten betrachten können. Dadurch wird kein idealer Blick auf die Skulptur von KuratorInnen und GestalterInnen vorgegeben, sondern BesucherInnen entscheiden selbst und treten mit dem Werk in direkten Kontakt. So entwarf Kiesler auch Modulmöbel, die es ermöglichten, selbständig durch Kunstwerke zu blättern und verband die körperliche, selbständige Betätigung und Partizipation mit der Betrachtung der Objekte.

Kiesler setzte sich früh mit der Wirkung des Ausstellungsraumes auseinander und wollte eine multisensorische Erfahrung für BetrachterInnen schaffen, die nicht nur sehen, sondern auch hören, tasten und mit dem Kunstwerk in einen aktiven Austausch treten sollten.

2.2.4. MARCEL DUCHAMP (1887-1969)

Der französisch-amerikanische Künstler Marcel Duchamp, der insbesondere für seine Ready-Mades bekannt wurde, beschäftigte sich ebenso intensiv mit der Rolle des Publikums. 1938 war Duchamp an einer surrealistischen Ausstellung in Paris beteiligt, die Kachur als „multisensory installation“ bezeichnet, da sie sowohl Geräusche als auch Gerüche beinhaltete und mit der Raumerfahrung der BesucherInnen spielte.⁵⁶ Aus räumlicher Sicht ebenso spannend ist die Installation „Sixteen Miles of String“ (Abb. 4) in der Ausstellung „First Papers of Surrealism“ von 1942. „Lofty rooms were divided by screens for hanging purposes, and between them ropes were stretched to form a labyrinth directing visitors to this and that painting with a definite sense of contrast.“⁵⁷ Duchamp setzte sich mit dem historischen Raum der Reid mansion auseinander und spielte mit der Simplizität des Materials in Kontrast zu dem prunkvollen Dekor, um die Erfahrung der BetrachterInnen zu stören und gleichzeitig zu intensivieren und traditionelle Sehkonventionen zu negieren.⁵⁸ Er forderte die RezipientInnen zu einer neuartigen Raumerfahrung heraus, während die Funktion des Ausstellungsraumes, in dem Kunstwerke präsentiert wurden, in Frage gestellt wurde. Der Weg wurde teils blockiert, teils gelenkt, doch trotz körperlicher Einschränkungen waren die Werke durch die

55 HAUPT-STUMMER, Display, S. 94.

56 KACHUR, Displaying the Marvelous, S. 83.

57 Vgl. ebenda, S. 179.

58 Vgl. ebenda, S. 216.

Schnürungen hindurch zu sehen. Bewusst wurden Materialien verwendet, die BesucherInnen zwar körperlich einschränkten, doch dennoch den Blick durch das Netz hindurch ermöglichten. „It is as if Duchamp wished to split the bodily experience of the spectator from the optical one.“⁵⁹ Duchamp bespielte den historischen Ausstellungsraum mit seinem zeitgenössischen Kunstwerk und arbeitete intensiv mit dem Raum, um die Erfahrung der BetrachterInnen zu stören und gleichzeitig zu intensivieren, indem ein traditioneller, gewöhnlicher Ausstellungsbesuch verunmöglicht wurde. Das Publikum wurde Teil des Gesamtkunstwerks, in dem es sich bewegte.

Duchamp äußert sich in *Aspen 5/6* zu der Rolle der BetrachterInnen in der Kunst, wie in Kapitel 4 zur Geschichte der Rezeptionsästhetik erläutert wird. Er trug jedoch auch durch seine Kunstwerke zu der Entwicklung der Installation und einer anderen Sicht auf RezipientInnen bei und nahm bereits Tendenzen vorweg, die von späteren InstallationskünstlerInnen aufgegriffen werden sollten. Duchamp setzte sich mit der Ästhetik der Bewegung, mit optischen Experimenten und Ortsspezifität sowie mit multisensorischen Erfahrungen auseinander und verwandelte den Raum in ein surrealistisches Setting.⁶⁰

2.3. SPÄTERE ENTWICKLUNGEN

Ab den späten 50er Jahren lässt sich eine Verdichtung künstlerischer Arbeiten und Installationen, die sich auf den Raum bezogen, beobachten. Kunst, mittels derer sich KünstlerInnen verstärkt dem Ausstellungsraum widmeten, „durch ihre Werke neue Räume“ kreierten und durch ihre Arbeiten den BetrachterInnenraum mit erschlossen und somit „die Grenzen zwischen Werk und Betrachter[Innen]umfeld“ auflösten, kam verstärkt zum Einsatz.⁶¹ Die Begriffe „Installation“ und „Environment“, die für die Beschäftigung mit Raumkunst essentiell sind, wurden geprägt. „Environments, Installationen, Ensembles und minimalistische Skulpturen nahmen den Raum in Besitz, rhythmisierten ihn oder erschufen ihn völlig neu.“⁶²

Ab den späten 50er Jahren entwickelten KünstlerInnen wie Alan Kaprow (1927-2006) und Carolee Schenemann (*1939) Performance Art und Happening, die in Aufführungen das

59 Lewis KACHUR, *Displaying the Marvelous*, S. 183.

60 BAHTSETZIS, *Geschichte der Installation*, S. 186–254.

61 SCHLÜTER, *Installationen*, S. 4.

62 HANAK-LETTNER, *Dramaturgie*, S. 221.

Publikum mit einbezogen. Hier ging es in erster Linie um die Auseinandersetzung mit dem Publikum und dessen Funktion in der Kunstproduktion und weniger um eine Auseinandersetzung mit dem Raum. Dennoch sollen diese Kunstrichtungen nicht unerwähnt bleiben, waren sie doch klare Vorreiter der Interaktion zwischen KünstlerInnen und Publikum, die äußerst relevant für die Gestaltungen heutiger AusstellungsmacherInnen und KünstlerInnen ist.

Die Minimal Art der 1960er Jahre ist hingegen aus räumlicher Sicht relevant, da BetrachterInnen körperlich in das raumgreifende Werk mit einbezogen wurden.⁶³ Donald Judd (1928-1994), Robert Morris (*1931) und andere arbeiteten mit einfachen Formen, industriellen Materialien und serieller Wiederholung; das Verhältnis zwischen Objekt, BetrachterIn und Ausstellungsraum wurde thematisiert. „Der Betrachter wurde durch die Dreidimensionalität und auch durch die Größe der Objekte veranlasst, das Werk in Beziehung zum Ausstellungsraum und zu seiner eigenen Körperlichkeit wahrzunehmen.“⁶⁴ So entstand ein Raum, in dem BetrachterInnen und raumgreifende Kunstwerke interagierten.

Ab den späten 60er Jahren wurden Ideen der MinimalistInnen in der Institutionskritik, die Kritik am Kunstbetrieb sowie am Ausstellungsraum übte, weiter ausgebaut – ein Beispiel für die Dekonstruktion des Ausstellungsraums ist Michael Ashers Auseinandersetzung (1943-2012). Die Themen Orts- und Kontextbezug gewannen an Bedeutung, was zur Entstehung ortsspezifischer Arbeiten, wie von Richard Serra (*1939), und Land Art, beispielsweise von Robert Smithson (1938-1973), führte. Die Institutionskritik wurde zu einer Kritik an der Zerstörung der Umwelt ausgeweitet.⁶⁵

An dieser Stelle kann nicht im Detail auf die einzelnen genannten Kunstrichtungen des 20. Jahrhunderts eingegangen werden, doch sie alle inspirierten, durch die Auseinandersetzung mit dem Raum sowie mit der Wahrnehmung und Erfahrung des Publikums, die Gestaltung heutiger Ausstellungen und somit die Arbeit von AusstellungsgestalterInnen, KuratorInnen und SzenografInnen.

Was die Rezeption moderner und zeitgenössischer Kunstwerke angeht, ließe sich durch den Blick auf die Entwicklungen und Tendenzen der Moderne vermuten, dass sich auch das Selbstverständnis des Publikums, durch die Einladung zur Partizipation und Teilhabe an der Kunst sowie durch die Erweiterung der Wahrnehmungsmöglichkeiten von Kunst, geändert

63 REBENTISCH, Installation, S. 40.

64 SCHLÜTER, Installationen, S. 25.

65 SCHLÜTER, Installationen, S. 25–35; HAUPT-STUMMER, Display, S. 95.

haben müsste. Bei näherer Betrachtung stellt sich jedoch heraus, dass zeitgenössische Kunst von einem großen Teil des potentiellen Publikums immer noch als elitär und unverständlich angesehen wird und immer noch die Angst besteht, Kunst falsch zu decodieren – ein Thema, das in Kapitel 3 noch detailliert diskutiert wird.⁶⁶

3. ANALYSE AUSGEWÄHLTER ZEITGENÖSSISCHER AUSSTELLUNGSBEISPIELE

Im vorhergehenden Kapitel wurde bereits die historische Entwicklung sogenannter Raumkunst analysiert – insbesondere Werke von AvantgardekünstlerInnen des 20. Jahrhunderts, die verstärkt mit dem Ausstellungsraum arbeiteten und somit intensive multisensorische Erlebnisse ermöglichten, wurden vorgestellt. In Kapitel 3 sollen nun auch zeitgenössische Tendenzen betrachtet werden. Einerseits im Hinblick auf zeitgenössische KünstlerInnen, die in der Tradition der frühen RaumkünstlerInnen arbeiten und verstärkt Emotionen und Empfindungen auslösen möchten, die nicht nur visuell und logisch erfahrbar sind. Andererseits wird auch der Einsatz neuer Technologien für Kunstaussstellungen betrachtet, bei denen es sich zweifelsohne ebenfalls um immersive Gestaltungsmethoden handelt. Zuletzt soll die Auseinandersetzung in einem Exkurs bei kulturhistorischen Ausstellungen in Museen ansetzen, um zu veranschaulichen, welche Ansätze der Auseinandersetzung mit dem Raum hier Einzug in die kuratorische Arbeit finden und welche Möglichkeiten sich daraus für GestalterInnen und BesucherInnen ergeben. Zur Auswahl der Beispiele ist zu sagen, dass ausschließlich relativ aktuelle Ausstellungen aus dem deutschsprachigen Raum analysiert werden. Einerseits weil die politischen, historischen und gestalterischen Gegebenheiten hier ähnlich sind; andererseits auch aufgrund des Bestrebens, Ausstellungen, die Emotionen ansprechen und Erlebnisse sein sollen, selbst erlebt und erfahren zu haben. Neben sogenannten Blockbuster-Ausstellungen, die als multisensorische Publikumsmagneten angelegt sind, sollen auch subtilere Zugänge analysiert werden, die multisensorische Instrumente und Gestaltungsmethoden in das Ausstellungsdisplay einfließen lassen.

⁶⁶ Nina Tessa ZAHNER, Die Selektivität des Publikums zeitgenössischer Kunst als Herausforderung für die Rezeptionstheorie Pierre Bourdieus?, in: Jahrbuch für Kulturmanagement 2010, S. 55–75.

3.1. ZEITGENÖSSISCHE KÜNSTLERISCHE AUSEINANDERSETZUNGEN MIT DEM AUSSTELLUNGSRAUM

Die Gestaltung immersiver Displays hatte ihren Anfang im Wirken von KünstlerInnen. Wie Schneemann ausführt, kann man bei der Betrachtung der historischen Neuerungen im Grunde nicht zwischen der Entwicklung künstlerischer Ideen in „der konzeptuellen und installativen Kunst“ und der Entwicklung kuratorischer Strategien differenzieren.⁶⁷ Auch heute noch gehen kuratorische und künstlerische Konzeptionen oft Hand in Hand. Zahlreiche zeitgenössische KünstlerInnen schaffen spannende multisensorische Räume, die zur Interaktion mit dem Werk und mit anderen BesucherInnen auffordern. Es geht hierbei um Ausstellungen, die häufig als Publikumsmagneten wirken und so von KritikerInnen auch abfällig als „Spektakel“, „Blockbuster“, „Event“ oder ähnliches betitelt werden. Doch warum wirken diese von KünstlerInnen gestalteten Räume so anziehend auf BesucherInnen? Wieso funktionieren sie als Publikumsmagneten? Teilweise auch als Magneten für ein Publikum, das der Institution Museum sonst eher fern bleibt? Durch die Analyse einiger Arbeiten zeitgenössischer KünstlerInnen soll eine erste Annäherung an die Beantwortung dieser Fragen stattfinden.

3.1.1. „BAROQUE BAROQUE - OLAFUR ELIASSON“, WINTERPALAIS PRINZ EUGEN WIEN 2015/16

Der dänische Künstler Olafur Eliasson (*1967) wird von Kemp als „Meister“ der Immersion bezeichnet, worunter er die Verschmelzung und Versenkung in der Installation, die auch die „körperliche Präsenz des Rezipienten umgreift“ versteht.⁶⁸ Zurecht wird in diesem Zusammenhang Olafur Eliasson genannt, der mit seinen Werken Emotionen auslösen, mit Empfindungen des Publikums spielen und die Wahrnehmung sowie die Sehgewohnheiten des Publikums in Frage stellen möchte.

Oftmals findet in Eliassons Arbeiten eine intensive Auseinandersetzung mit den Ausstellungsräumlichkeiten statt, wie auch die Ausstellung „Baroque Baroque“ (Abb. 5–7), kuratiert von Mario Codognato, im barocken Winterpalais des Belvedere (2015/16) zeigte. In der Ausstellung wurden wichtige Elemente des Barock, wie Spiegel, Reflexion, Licht, Raumillusionen etc., aufgegriffen, die auch zentral für Eliassons Werk sind. Seine Arbeiten

67 SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet, S. 82.

68 KEMP, Betrachter, S. 178.

fügten sich auf eine sehr spannende Weise in die Architektur des barocken Palais ein. Eines der ersten Werke, das im Eingangsbereich der Ausstellung präsentiert wurde, war „Yellow Corridor“ (1997), welches das Stiegenhaus in gelbem Monofrequenzlicht ausstrahlte, um die Wahrnehmung zu verändern.⁶⁹ Mit dem Betreten der Eingangshalle, tauchten BesucherInnen bereits in das Kunstwerk ein und wurden Teil davon. Die Arbeit spielte mit den Sehgewohnheiten des Publikums; gleichzeitig war sie aber in erster Linie dann spannend, wenn nicht nur die barocke Architektur, sondern auch andere BesucherInnen und man selbst in der besonderen Lichtsituation betrachtet werden konnten. Dadurch entstand bereits am Anfang eine Situation des Miteinanders – eine erste gemeinsame Erfahrung in der Ausstellung. Auch die Arbeiten mit Spiegeln (z.B. „Eye See You“ 2006) sowie die illusionistischen, optischen Geräte (z.B. „Kaleidoscope“ 2001), die den Blick vervielfachen, setzten sich mit den Sehgewohnheiten des Publikums auseinander. BetrachterInnen wurden gleichzeitig zu Betrachteten und es kam zu einem Austausch mit dem Werk, mit der eigenen Person sowie mit anderen BesucherInnen: „Erst in einem gemeinsamem [sic!], meist spontanen Tun begreift man, wer man zusammen ist und sein könnte.“⁷⁰ Die Kunstwerke wurden durch die Teilhabe und die Interaktion der BesucherInnen verändert, sie waren nicht von Beginn an vollständig, sondern wandelbar und gaben dem Publikum die Möglichkeit der Mitbestimmung.⁷¹ Eliasson ist dieser Austausch mit und zwischen BetrachterInnen wichtig, seine Werke können und sollen körperlich erfahren werden. Sie laden zur Teilhabe und Interaktion mit dem Objekt und anderen BesucherInnen ein, sind veränderbar und geben RezipientInnen Raum zur Mitgestaltung.⁷² Spannend ist auch der Austausch mit den barocken Räumlichkeiten, deren Kontext die Rezeption und Präsentation der Werke stark beeinflusste.

Eliasson schuf immersive Begegnungsräume. Die Ausstellung konnte nicht nur betrachtet werden, sondern sie wurde erlebt, obwohl hier, anders als in den folgenden multisensorischen Beispielen, im Grunde lediglich der visuelle Sinn angesprochen wurde. Dennoch sind Eliassons Kunstwerke auf gewisse Weise fühlbar und sprechen RezipientInnen auf einer atmosphärischen, emotionalen Ebene an, was unter anderem auf die räumliche, körperliche

69 Magdalena REUSS, Barocke Erleuchtung, in: thegap, 2015, <http://thegap.at/barocke-erleuchtung/> (Stand: 30.12.2016).

70 Mirjam SCHAUB, Barocker Purismus. Spiegel als elementare, optische Maschinen im Werk von Olafur Eliasson, in: Francesca von HABSBURG, Agnes HUSSLEIN-ARCO, Daniela ZYMAN (Hg.), Baroque Baroque. Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung Baroque Baroque, 21. November 2015–6. März 2016, Winterpalais Wien, Wien 2015, S. 8–122, S. 107.

71 Mario CODOGNATO, Spiegel. Kaltes Wasser in deinem Rahmen gefroren, in: Francesca von HABSBURG, Agnes HUSSLEIN-ARCO, Daniela ZYMAN (Hg.), Baroque Baroque. Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung Baroque Baroque, 21. November 2015–6. März 2016, Winterpalais Wien, Wien 2015, S. 61–64.

72 Vgl. ebenda, S. 61–64.

Erfahrung im vom Künstler umintepretierten Raum zurückzuführen ist. Meiner Ansicht nach, waren es einerseits diese atmosphärische und emotionale Wirkung und andererseits die persönliche Verbindung mit den Kunstwerken, die den Erfolg der Ausstellung ausmachten. Um sich den Werken anzunähern, bedurfte es keiner vorherigen Auseinandersetzung, keiner Vorkenntnisse. Hinzu kam die Betrachtung der Ausstellung als ein gemeinsames, vergnügliches Erlebnis mit spannenden Illusionen und Effekten, die auch fotografisch spektakulär festzuhalten und repräsentativ sind.

Kritisiert wird jedoch häufig, dass Eliasson nicht politisch relevant und institutionskritisch arbeite und mit seinen Blockbuster-Projekten die seichte Unterhaltung und „erwartbare Karnivalisierung“ hervorrufe sowie in erster Linie den Markt sowie die Eigenmarke und die Marke des Museums unterstütze. Dies trifft auch im Falle des Belvedere zu, jedoch ist es an einem anderen Beispiel noch klarer diskutiert worden: Ein sehr bekanntes Werk, das sich mit naturwissenschaftlichen Phänomenen beschäftigte, war „The Weather Project“ (2003) in der Tate Modern, bei der die abgedunkelte, vernebelte Halle von einer gigantischen Sonne in gelb getaucht wurde, was die Sehgewohnheiten der BetrachterInnen in Frage stellte. Zusätzlich zu diesem Phänomen konnten sich BesucherInnen liegend in einer riesigen Spiegeldecke beobachten. Spiegel und Reflektion, das Sich-Selbst-Beobachten und das Andere-Beobachten, waren, ebenso wie in dem Wiener Ausstellungsbeispiel, relevante Aspekte. Durchaus lud das Werk, wie es Eliasson stets wichtig ist, auch zur Partizipation mit anderen BesucherInnen ein und war natürlich auch ein viel-fotografiertes Kunstwerk. Kemp kritisiert jedoch beispielsweise, dass die Institution Tate Modern als Ort des Events nicht hinterfragt wurde und sein Werk Teil der Marke der „tate experience“ wurde.⁷³ Es wurde begleitend zwar ein Symposium der Tate zu dem Thema „Rethinking Spectacle“ veranstaltet, jedoch kam dieser reflexive Schritt einerseits von der Institution selbst und fand andererseits in ihrem beobachteten Rahmen statt. „Keine Übung in Kritik, stattdessen liefert man den großen Häusern, was sie haben wollen und was ihnen von Dritten bezahlt wird: Corporate Identity Art.“⁷⁴ Ähnliches kann man auch im Falle des Belvedere beobachten. Auf die Kritik an der Institution Museum als Bereitsteller von Erlebnissen wird in Kapitel 4 noch detailliert eingegangen.

73 KEMP, Betrachter, S. 177.

74 Vgl. ebenda, S. 175.

3.1.2. „ERNESTO NETO“ - RETROSPEKTIVE, KUNSTHALLE KREMS 2015

„Weiße Stofflandschaften, gigantische Zellhaufen, schwebende Textilschläuche, hängende Gewichte, weiche Gewebe und duftende Gewürzsäcke: Ernesto Netos Plastiken sind ein Fest für die Sinne. Er erweitert den in der Kunst gemeinhin auf Visualität begrenzten Wahrnehmungsapparat um Taktilität wie Olfaktorik gleichermaßen und bespielt damit die umfassende sensorische Klaviatur des Körpers.“⁷⁵

Der brasilianische Künstler Ernesto Neto (*1964) ist bekannt für seine begehbaren, raumgreifenden Werke, die eine multisensorische, körperliche Erfahrung für RezipientInnen ermöglichen. Sie sind an der Schnittstelle zwischen Skulptur, Architektur und Installation anzusiedeln, sind meist begehrbar und sprechen nach Möglichkeit mehrere Sinne sowie Emotionen an und sind somit auch „psychologische Erfahrungswelten“.⁷⁶ Wie Matzner sagt, müssen sie nicht „rational verstanden werden, sondern lassen sich erleben“, worin sie das Geheimnis seines Erfolges sieht.⁷⁷

Neto ließ sich gerade in seiner Frühphase auch von der konstruktivistischen und minimalistischen Formensprache inspirieren, ist jedoch vor allem in der stilistischen und philosophischen Kultur Brasiliens verwurzelt und lässt Erzählungen und Mythen Brasiliens in seine Werke einfließen.⁷⁸ Er ist in der Tradition der neokonkreten Kunst der 1950er/60er tätig, die „das Erleben von Kunst unter partizipatorischen Aspekten und unter Einbeziehung aller Sinne propagiert hatte“ und fühlt sich auch der Tropicália-Tradition verbunden, die eine Auseinandersetzung mit der organischen Architektur der Favelas als Lebensgefühl anstrebte, sich mit marginalisierten Menschen sowie der Unterdrückung der indigenen Kultur durch die europäische Kultur und mit einer eigenwilligen, brasilianischen Kultur auseinandersetzte.⁷⁹ Beide Traditionen ebneten den Weg der Subjektbetonung, des Empfindens und der Interaktion sowie der intensiven Auseinandersetzung mit dem europäischen Erbe und der eigenen Kultur, die auch Netos Kunst auszeichnen.

75 Verena GAMPER, Zelle – Organ – Organismus. Ernesto Netos plastische Natur, in: Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau 2015, S. 72–92, S. 72.

76 Alexandra MATZNER, Ernesto Neto. Eine Ausstellung in Krems und Wien, in: Parnass Kunstmagazin, 2/2015, S. 140 f.

77 Ebenda.

78 Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau, 2015, S. 12.

79 WIPPLINGER, Ernesto Neto, S. 16–24; Thomas MIESSGANG, Idylle und Katastrophe. Das Erbe von Tropicália in der Kunst von Ernesto Neto, in: Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau, 2015, S. 58–71, S. 64; GAMPER, Zelle – Organ – Organismus, S. 78.

Trotz seiner Auseinandersetzung mit brasilianischen Mythen und Traditionen, lässt sich Netos Kunst unter anderem auch für europäische BesucherInnen ohne theoretische und historische Kenntnisse erfahren, was auf das körperliche, assoziative und ästhetische Erlebnis zurückzuführen ist. Sie öffnet sich auch BesucherInnen ohne Vorkenntnisse, die dazu eingeladen werden an dem Kunstwerk teilzuhaben, es zu betreten, anzufassen und oft sogar zu riechen. Neto arbeitet häufig mit Gewürzen und Gerüchen, die unterschiedliche Assoziationen und Empfindungen hervorrufen.⁸⁰ Möglichst alle verfügbaren Sinne werden angesprochen.

Die Retrospektive in Krems (Abb. 8–10), kuratiert von Hans-Peter Wipplinger, widmete sich seinem Schaffen und verwandelte die Kunsthalle in ein „sensuell erfahrbares Gesamtkunstwerk“.⁸¹ Das erste Werk der Ausstellung, in das BesucherInnen buchstäblich schlüpfen, war „Esqueletos Glóbulos“ (2001), eine 14 Meter lange, skelettartige, räumliche Installation, bestehend aus Strumpfhosen, die mit Styropor-Kügelchen gefüllt waren. Das raumgreifende Kunstwerk erstreckte sich durch den gesamten Raum, sodass BesucherInnen das vom Künstler gesponnene Netz betreten konnten beziehungsweise mussten. Das Werk bezog sich unter anderem „auf die Ritualräume der Huni Kuin, dem laut Eigendefinition „wahren Volk“ aus dem Amazonasgebiet“.⁸² Dies zeigt Netos Verbundenheit mit der Kultur Brasiliens, die auch in schamanisch anmutenden Performances in die Ausstellung mit einfluss. Es ging verstärkt um Beziehungen. Die organischen, natürlichen Formen entnimmt Neto der Natur, mit der man sich als RezipientIn auf gewisse Weise trotz einer völlig künstlich erzeugten Umgebung verbunden fühlte. So ist die Beziehung zur Natur relevant; jedoch auch zwischenmenschliche Beziehungen – die Beziehung zu sich selbst und zu anderen, sowohl auf einer persönlichen als auch politischen Ebene.

Exemplarisch für Netos skulpturale Installationen ist „em U-Ventre“ (2012). Bei diesem Werk handelt es sich um eine gehäkelte, nestartige Struktur, die von der Decke hing und betreten werden konnte und sollte. Neto ließ sich hier von der Knüpftchnik der Huni Kuin inspirieren.⁸³ Die Struktur sollte von BesucherInnen benutzt und gefühlt werden – so spricht sie einerseits neben dem visuellen Sinn auch den Tastsinn an; hinzu kommt allerdings auch noch das Spiel mit dem Gleichgewichtssinn. Spannend an Netos Kunstwerken ist auch die wechselne Materialität der zu betretenden Kunstwerke, die von RezipientInnen gefühlt

80 WIPPLINGER, Ernesto Neto, S. 18–32.

81 Vgl. ebenda, S. 10.

82 Nina SCHEDLMAYER, Das verfluchte Erbe, 2015, in: artmagazine, 2015, <http://www.artmagazine.cc/content85898.html> (Stand: 02.04.2018).

83 Ebenda.

werden kann. Betreten mehrere BesucherInnen gleichzeitig die Installation, interagieren sie automatisch miteinander, verändern die jeweilige Erfahrung des anderen und tragen so zu der Atmosphäre und zu der Rezeption des Werks bei.

Ein weiteres Kunstwerk, das spannend für diese Auseinandersetzung ist, ist „Paxpa – There is a Forest Encantada Inside of Us“ (2001). BesucherInnen fanden sich unter einem großen orange-gelben Gewölbe aus einem dehnbaren Gewebe wieder und waren von herabhängenden, duftenden, mit Gewürzen gefüllten Nylontropfen umgeben. Der Raum war wie ein Versammlungsraum angelegt, der auf gewisse Weise zur Meditation einlud. Miessgang beschreibt die Erfahrung in dieser biomorphen und zoomorphen Struktur wie einen Aufenthalt in einem sakral anmutenden Raum, der sowohl zur Kontemplation als auch zur Kommunikation einlädt; beschrieben wird eine physische und psychische Erfahrung, die zu einem Gemeinschaftserlebnis in einem sozialen Erfahrungsraum mit sensuellen Empfindungen wurde.⁸⁴

Nicht alle Werke Netos, die in der Kunsthalle Krems ausgestellt wurden, können hier im Detail vorgestellt werden, doch die gewählten Beispiele geben einen Einblick in das Schaffen und die Themenschwerpunkte Ernesto Netos und sind exemplarisch für seine Raumkunst, die RezipientInnen zum Tasten, Fühlen, Hören und Riechen einlädt und BesucherInnen zu Teilen der Atmosphäre werden lässt. Wie in Eliassons Werken, sind das Miteinander der BesucherInnen und die Interaktion mit den Werken essentiell. Obwohl die Hintergründe seiner künstlerischen Auseinandersetzung teils mythologische, teils philosophische, teils politische Themen sind, die vielen BesucherInnen im Detail verborgen bleiben, besteht die Möglichkeit der Teilhabe an der Erfahrung. Auch ohne vorher angelesenes Hintergrundwissen lässt sich die Ausstellung erfahren und führt so vermutlich dazu, dass sich BesucherInnen auch im Nachhinein einerseits länger an die Erfahrung erinnern und andererseits vielleicht sogar den Drang verspüren mehr über die Hintergründe der Werke zu erfahren.

3.1.3. „HISAKO INOUE. DIE BIBLIOTHEK DER GERÜCHE“, VILLA STUCK MÜNCHEN 2017/18

Wer schon einmal in einem Antiquariat, einer Bibliothek oder auf einem Flohmarkt ein altes Buch in der Hand hielt, wird bestimmt auch einen sehr eigentümlichen Geruch wahrgenommen haben. Das Museum Villa Stuck zeigte 2017/18 die multisensorische

84 MIESSGANG, Idylle und Katastrophe, S. 58.

Ausstellung „Bibliothek der Gerüche“ der japanischen Künstlerin Hisako Inoue (*1976), die sich genau diesem Erlebnis widmete und veranschaulichte, wie differenziert Gerüche und ihre Wirkung sein können. Anders als bei Ernesto Neto (Kapitel 3.1.2.), der olfaktorische Erlebnisse gelegentlich in sein Werk integriert, liegt der Fokus von Inoues Werk auf den Gerüchen. In der Münchner Ausstellung (Abb. 11–12) dreht sich alles um den Geruch alter Bücher; das Verhältnis von Mensch und Buch, das Erleben von Gerüchen sowie die Interaktion zwischen BesucherInnen und Objekten standen im Vordergrund.

Die Künstlerin bespielte mit der Kuratorin Anne Marr die historischen Räume der Villa Stuck, die gut zu den ausgestellten antiquarischen Büchern passten. Im ehemaligen Speisesaal fanden sich rund 20 Glasglocken, unter denen jedoch keine Speisen, sondern alte Bücher zu finden waren. BesucherInnen wurden dazu eingeladen mit den Objekten zu interagieren – die Glasglocke zu heben, das Buch hervorzuholen, es zu fühlen und vor allem auch zu riechen. Erst durch die Partizipation der RezipientInnen wurden Werk und Ausstellung ergänzt. Spannend ist die Erfahrung eines Gegenstandes, der – wie die Exponate der meisten Ausstellungen – in der Regel nur logisch und visuell wahrgenommen wird, durch eine neuartige Konzentration auf olfaktorische und taktile Elemente. Während ihres Aufenthalts in München 2016 hatte die Künstlerin diverse Flohmärkte und Antiquariate nach Büchern mit distinktem Geruch durchsucht. Jedoch wurden nicht nur die Bücher selbst ausgestellt, sondern sie wurden auch an ein japanisches Labor der Staatlichen Universität Tokio gesendet, wo sie von der Wissenschaftlerin Dr. Mika Shiraso untersucht wurden.⁸⁵ Mittels einer „gaschromatografischen/massen-spektrometrischen Analyse“ wurden dabei bis zu 200 Aromen, die in einem Buch zu finden sind, identifiziert – darunter beispielsweise „Bornanon (Kampfer), Essigsäure, Borneol, Eukalyptol, Hexanal, Lilial, Linalool, Octansäure, Patchouli-Alkohol, Thymol und Vanillin“⁸⁶. Als Ergänzung zu der sinnlichen Bucherfahrung wurden die Bestandteile einzelner Bücher in Diagrammen veranschaulicht, die zum Wissen und Verständnis über den Geruchssinn beitragen sollten und der „individuellen Wahrnehmung“ auch „naturwissenschaftliche Fakten“ beiseite stellen sollten.⁸⁷ 18 der Geruchskomponenten wurden in kleinen Glasfläschchen im Boudoir der Villa Stuck präsentiert, an denen die BesucherInnen wiederum riechen konnten. Zusätzlich wurde ein immersiver Raum in einem begehbaren schwarzen Kubus geschaffen, in dem BesucherInnen buchstäblich in zerknülltem

85 Villa Stuck, Index, Hisako Inoue 2017, URL: <http://www.villastuck.de/ausstellungen/2017/ricochet11/index.htm> (Stand: 02.04.2018).

86 Ebenda.

87 Villa Stuck, Ausstellung, Hisako Inoue 2017, URL: <http://www.villastuck.de/ausstellungen/2017/ricochet11/ausstellung.htm> (Stand: 02.04.2018).

Papier baden, die Textur spüren und die Gerüche erleben konnten. Neben taktilen und olfaktorischen Erlebnissen, kam es durch eine Kooperation mit dem Soundkünstler Takuro Shibayama, mit dem Inoue seit 2006 zusammenarbeitet, auch zu einem auditiven Erlebnis. So hörte man diverse Geräusche, die mit dem Medium Buch verbunden werden, wie beispielsweise das Blättern in einem Buch oder Geräusche einer Bibliothek.⁸⁸ Durch die verschiedenen Gerüche und Geräusche wurden auch persönliche Erinnerungen und Emotionen angeregt oder hervorgeholt – eine sehr persönliche Erfahrung, da jeder Mensch Gerüche anders wahrnimmt und mit anderen Gedanken und Erinnerungen assoziiert. Gleichzeitig ließ Inoue den Ausstellungsbesuch aber auch zu etwas Gemeinsamen werden, da er dazu anregte, sich sehr intensiv über das Geruchene auszutauschen. Was auf den „ersten Riecher“ nicht erkennbar ist, ist, dass ein wichtiger Hintergrund von Inoues Arbeit die traditionsreiche japanische Geruchskultur ist – so gibt es beispielsweise die Tradition der japanischen Duftzeremonie. Auf der anderen Seite wurde auch kritisch thematisiert, dass es mittlerweile gerade in Japan den ausgeprägte Hang dazu gibt, Gerüche im privaten und öffentlichen Raum zu bekämpfen. Die heutigen Hygiene- und Reinlichkeitsstandards und der Markt mit kosmetischen und pharmazeutischen Mitteln zur Geruchsbekämpfung, tragen dazu bei, Alltagsgerüche zu bekämpfen. Inoues Werk macht auf diese Entwicklung aufmerksam und lässt BesucherInnen Gerüche wieder bewusst erleben. Die Ausstellung hatte somit einen sehr spezifischen Hintergrund, der nicht nur mit unserer zeitgenössischen Haltung zu Gerüchen, sondern auch mit der japanischen Tradition und der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklung in Japan zusammenhing. Für die Annäherung an diese Thematik wurde ein sehr spannender, auf Emotionen und multisensorische Erfahrungen konzentrierter und zugleich niederschwelliger Zugang gewählt, der nicht speziell auf blinde und sehbeeinträchtigte Menschen ausgerichtet war, aber sehr gut auch von ihnen erfahren und erlebt werden konnte. Sowohl ohne visuellen, als auch ohne logischen Zugang ließ sich Inoues Werk erleben; gleichzeitig hatte es aber durchaus eine inhaltvolle Botschaft, die mit der Abwertung von Gerüchen und dem Geruchsinn in der westlichen Gesellschaft zu tun hatte, und ermöglichte es BesucherInnen ihr Wissen und ihren Horizont durch die Ausstellung zu erweitern. Die ausgestellten Bücher und Gerüche dienten dazu, zum Gespräch über Gerüche und die dadurch ausgelösten Emotionen einzuladen. Zusätzlich dazu führte Inoue in Workshops in die Welt der japanischen Geruchstradition ein. Die immersive Erfahrung wurde mit einer diskursiven Erfahrung verbunden.

88 Ebenda.

3.2. IMMERSIVE, VIRTUELLE WELTEN UND MULTIMEDIALE KUNSTAUSSTELLUNGEN

Es war bereits ausführlich von immersiven Erfahrungen die Rede, doch, vor allem wenn es um einen Ausblick in zukünftige Ausstellungsgestaltungen geht, kann Immersion auch in einem anderen Kontext gesehen werden. Ein Konzept, das das Eintauchen in eine andere Welt ermöglicht, wird heute v.a. mit Videospiele und virtuellen Realitäten und Räumen verbunden. Diese neuen Technologien beginnen bereits Einzug in das Museum zu finden.

3.2.1. „KLIMT'S MAGIC GARDEN“, FREDERICK BAKER, MUSEUM FÜR ANGEWANDTE KUNST/GEGENWARTSKUNST WIEN 2018

2018 wird im MAK das Projekt „Klimt's Magic Garden“ (Abb. 13) präsentiert, das Entwürfe von Gustav Klimt für den Mosaikfries im Speisesaal des Brüsseler Palais Stoclet von 1911 in den Mittelpunkt stellt. Es handelt sich hierbei um ein Virtual-Reality-Experiment des österreichisch-britischen Künstlers, Medienwissenschaftlers und Filmemachers Frederick Baker (*1965). Er „kriert aus hochaufgelöstem digitalen Bildmaterial eine fantastische virtuelle Welt, in der sich BesucherInnen auf eine interaktive filmische Reise einlassen können“.⁸⁹ In einem 10-minütigen Zeitfenster hat man anlässlich des 100. Geburtstags des Künstlers die Möglichkeit mittels VR-Brille in den von Gustav Klimt inspirierten kitschigen Garten einzutauchen, in dem man von einer hügeligen Landschaft mit ornamentierten Wasserfällen, schwingenden Blumen, verschnörkelten Bäumen, einem riesigen Sternenhimmel und goldenen Ornamenten umgeben ist. Mittels Cursor können BesucherInnen in dieser Welt spazieren, sich in einem riesigen Beet mit gerade wachsenden Blumen oder inmitten eines Baches wiederfinden. Der Weg durch die virtuelle Welt wird selbst gewählt. Tritt man schließlich durch ein goldenes, ornamentiertes Tor, stößt man auf einen Höhepunkt: umgeben von Ornamentregnen manifestieren sich zwei sich umarmende Klimtfiguren, die dem Mosaikfries entnommen sind.

Untermalt durch Musik tauchen BesucherInnen in eine kitschige Klimt-Welt ein, die trotz gegenteiligem Bestreben – Frederick Baker nennt seinen Zugang „Ego-Flaneur statt Ego-Shooter“ – das Gefühl vermittelt, sich inmitten eines Videospiele wiederzufinden.⁹⁰

⁸⁹ MAK, Klimt's Magic Garden, 2018, URL: https://www.mak.at/klimt_magicgarden (Stand: 02.04.2018).

⁹⁰ Roman GEROLD, Stoclet-Fries als Virtual-Reality-Landschaft: "Klimt hätte das gefallen", in: Der Standard, 2018, <https://derstandard.at/2000073688160/Stoclet-Fries-als-Virtual-Reality-Landschaft-Klimt-haette-das->

Der Ausstellungsversuch hat durchaus seine Reize – einerseits das tatsächliche Eintauchen in eine andere Welt, andererseits die Nutzung von Wegen – beispielsweise über riesige Felsbrocken im Bach – die man in einer realen Welt nicht nützen könnte sowie den Reiz neuer Technologien. Man fragt sich, wie weit man in dieser virtuellen Welt gehen könnte; könnte man in die Hügelwelt, die den „Magic Garden“ umgibt, klettern oder den Ursprung des Wasserfalls finden? Eine Antwort bleibt „Klimt's Magic Garden“ aufgrund der knappen Zeitvorgaben leider schuldig. Ebenfalls (noch?) nicht möglich ist eine Interaktion mit anderen BesucherInnen. Zwar können sich zwei Personen gleichzeitig in die virtuelle Welt begeben, jedoch findet keine Interaktion statt. So bleibt es, im Gegensatz zu den in Kapitel 3.1. besprochenen Ausstellungen, bei einem Besuch einer ungeteilten Erfahrungswelt.

Wie Gerold sagt: „Man macht [...] keinen Hehl daraus, was Klimt's Magic Garden zuvörderst ist und vielleicht auch sein muss: der Versuch, eine die Zukunft mutmaßlich mitbestimmende Technologie einem breiten Publikum möglichst niedrigschwellig nahezubringen, sie als Kunstform zu etablieren. Dies ist der Grund, warum Baker sich darum bemüht, Computerspielklischees zu durchbrechen [und] mehr auf alternative Verwendungsweisen und weniger auf den schnellen Rausch zielt.“ Ein niederschwelliger Versuch also, BesucherInnen neue Technologien und Virtual Reality näherzubringen. Könnte es in Zukunft ein niederschwelliger Versuch werden, BesucherInnen Klimts Werke näherzubringen? Meiner Ansicht nach wäre dieses Experiment in einer Umgebung mit tatsächlichen Klimt-Kunstwerken spannender. Die Frage ist, ob eine Virtual-Reality-Erfahrung hier eine spannende Abwechslung oder bereichernde Ergänzung zu den vorhandenen Kunstwerken sein könnte? Wäre sie gar eine Konkurrenz? Es wäre auf jeden Fall eine zusätzliche Möglichkeit Klimt-Kunstwerke auch räumlich und immersiv zu erfahren und möglicherweise auch auf ein Publikum abzielen, das sich durch das Interesse an oder durch die Vertrautheit mit virtuellen Welten auszeichnet.

3.2.2. „VON MONET BIS KANDINSKY. VISIONS ALIVE“, ALTE MÜNZE BERLIN 2018

Einen anderen Ansatz für die Immersion in multimediale Kunstwerkwelten bietet die Ausstellung „Von Monet bis Kandinsky. Visions Alive“ (Abb. 14–15). Es handelt sich nach „Van Gogh. Alive“ (2015) und „Hieronymus Bosch. Visions Alive“ (2016/17) bereits um die dritte

gefallen (Stand: 02.04.2018).

Multimedia-Ausstellung in der Alten Münze in Berlin. Auf ca. 1.000 m² werden Werke von 16 bedeutenden Künstlern der Moderne als HD-Projektionen auf riesigen Leinwänden mit musikalischer Untermalung präsentiert. Gezeigt werden Werke von Claude Monet, Edgar Degas, Paul Gauguin, Henri Rousseau, Henri de Toulouse-Lautrec, Gustav Klimt, Paul Signac, Piet Mondrian, Amedeo Modigliani, Vincent van Gogh, Pierre-Auguste Renoir, Juan Gris, Paul Klee, Edvard Munch, Wassily Kandinsky und Kasimir Malewitsch – jedoch ohne auch nur ein einziges Originalwerk. Die ca. 60-minütige Show vereint Kunstwerke, die sich in der Realität in verschiedenen Museen befinden und soll BesucherInnen eine neue spektakuläre Perspektive auf die Werke ermöglichen.

Die digitale Präsentation stammt von der russischen Firma „Artplay media“, die auf die digitale Präsentation von Kunst spezialisiert ist. Aufbereitet werden hier Werke des Kunstkanons der Moderne, der nicht hinterfragt oder durch andere Werke ergänzt wird. Gezeigt werden ausschließlich Werke von Männern. Eine Kontextualisierung findet nicht statt – weder im Zusammenhang mit anderen Kunstwerken und -strömungen, noch mit historischen und gesellschaftlichen Entwicklungen und Ereignissen. Die textlichen Informationen bleiben auf einige ausgewählte Zitate und das Geburtsdatum der Künstler beschränkt, die im Raum projiziert werden. Im Außenbereich finden sich außerdem kurze Biografien zu den Künstlern, die auf Tafeln präsentiert werden. Wie Brendel beschreibt: „Der Name ist Programm: "play". Im Grunde bietet das Unternehmen Kunst als einfach konsumierbares Produkt an, für Zuschauer, die sich wie Kinder vor dem Bildschirm oder der Playstation bespielen lassen. Im Museum müssen sich die Besucher zur Kunst aufmachen, selbst entscheiden, wie lange sie vor einem Bild verweilen. Hier stehen oder sitzen sie im Raum und die Projektion zieht an ihnen vorbei.“⁹¹ Trotz der immersiven Konzeption der Ausstellung findet also im Gegensatz zu „Klimt's Magic Garden“ und den in Kapitel 3.1. betrachteten Werken, kein aktives Handeln und Eintauchen statt, das über das Betreten des Raumes hinausgeht. Im Grunde bleibt es bei einer handlungslosen Berieselung durch präsentierte Werke, ähnlich einem Kinobesuch. Während der Kinobesuch jedoch Fragen aufwerfen, historische Einblicke und spannende Themen ansprechen kann, bleibt es im Falle dieser Multimedia-Installation bei einer oberflächlichen Präsentation von Kunst, die weder kontextualisiert, noch Themen hinterfragt, geschweige denn einen Gegenwartsbezug herstellt, oder den Kanon hinterfragt. Als Ersatz zu Ausstellungen mit realen Werken und Objekten hat diese Ausstellung meines Erachtens nach

⁹¹ Gerd BRENDEL, Kunst serviert als Medienbrei, in: Deutschlandfunk, 2017, http://www.deutschlandfunk.de/ausstellung-in-berlin-kunst-serviert-als-medienbrei.807.de.html?dram:article_id=391937 (Stand: 02.04.2019).

keine Gültigkeit. Auch befürchte ich, dass der Besuch vielleicht beim ersten Mal aufgrund seiner Neuartigkeit anregend sein mag, jedoch bei einer sich wiederholenden, ähnlichen Erfahrung schnell langweilig und trivial werden würde. Ob nun ein Monet, ein Tizian oder ein mittelalterliches Tafelbild multimedial aufbereitet werden, spielt hier im Grunde auch keine Rolle mehr. In ähnlicher Weise werden Werke der 16 Künstler präsentiert – ein flimmernder Punkte- (Signac), Blumen- (Monet) oder Goldregen (Klimt), der sich in mehrere aufeinander folgende Werke der Künstler verwandelt. Auch die grafische Auflösung und die dramatische musikalische Untermalung lassen leider noch zu wünschen übrig.

Prinzipiell ist die Auseinandersetzung mit Virtual-Reality- und Multimedia-Kunst äußerst spannend – auch weil es schwer vorstellbar ist, in welche Richtung man als KünstlerIn hier noch gehen wird können und wie sich die grafischen und technischen Möglichkeiten noch verändern werden. Es ist ein junges, breites Feld, das bestimmt noch zahlreiche spannende eigenständige Werke hervorbringen wird und dies jetzt schon tut. So wird auch zunehmend im musealen Bereich mit neuen technischen Möglichkeiten experimentiert. Können Virtual-Reality- und Multimedia-Welten auch als Möglichkeit dienen, Kunstwerke oder Objekte niederschwellig an ein breites Publikum zu vermitteln? Zwangsläufig stellt sich die Frage, ob es denn nicht gerade jene Technologie ist, die dazu führen wird, dass der Museumsbesuch obsolet wird? So fragt sich Hageböling, wie zukünftige Ausstellungen konzipiert werden können, die sich an eine neue Generation von MuseumsbesucherInnen richten und, ob das physische Erlebnis überhaupt noch Relevanz haben wird.⁹² Einerseits kann das Museum seinen Wirkungsbereich und -raum durch neue Technologien vergrößern und die Grenzen beziehungsweise Mauern des Museums auflösen. Andererseits könnte der körperliche Besuch der Ausstellung in Zukunft nicht mehr nötig sein. Was dadurch wegfallen würde, wäre in die Betrachtung der realen Originalwerke und -objekte. Wie es auch in dem Ausstellungsexperiment „Klimt's Magic Garden“ der Fall ist, in dem tatsächlich, meiner Ansicht nach, die Einbindung in einen Ausstellungskontext, in dem auch Originale präsentiert werden, fehlt. Ich halte es für nötig, sich den neuen Möglichkeiten durch Virtual- und gerade auch Augmented-Reality als Museum nicht zu verschließen. Die Frage ist aber, ob durch technische Möglichkeiten ein Zusatzangebot, eine zusätzliche Erfahrung beziehungsweise Ansprache oder auch zusätzliche Informationen und Fragen präsentiert werden, oder, ob es lediglich bei

⁹² Heide HAGEBÖLLING, Interaktive Dramaturgien – mediale Strategien in der Ausstellungs- und Museumsgestaltung. Zur Entwicklung gestalterischer Ansätze in der Ausbildung. Die mediale Inszenierung der Gegenstände: Szenographie in der Ausstellungsgestaltung, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 255 –272, S. 268–271.

einer Effekthascherei und einem schnellen, ansprechenden Eindruck bleibt. Es gibt bereits mehrere Museumsprojekte, die mit Virtual-Reality und Augmented-Reality arbeiten und dadurch ein Zusatzangebot bieten. So beispielsweise „Zeitreise“ des Städel Museums in Frankfurt, wobei es sich um eine App handelt, die eine virtuelle Zeitreise in das Museum zum Zeitpunkt der Eröffnung 1878 ermöglicht. Es ist ein spielerischer Zugang, der einen anderen Einblick in die Geschichte des Museums und die Geschichte der Sammlung ermöglicht, zeigt wie Kunstwerke im 19. Jahrhundert gehängt und angeordnet wurden und es möglich macht, Werke zu betrachten, die seit langem im Depot lagern.⁹³ Hier dient der Einsatz neuer Technologien ganz klar als interessantes, zusätzliches Angebot zu der bestehenden Ausstellung von Originalwerken, das auf spielerische Weise etwas vermittelt und erlebbar macht, das durch die Originalobjekte und die aktuelle Ausstellung nicht erfahrbar ist. Auch „Klimt's Magic Garden“ denkt das Klimt-Werk weiter und ermöglicht einen neuartigen Zugang, während es sich bei „Visions Alive“ um technische Reproduktionen von Kunstwerken handelt. Auch ist „Klimt's Magic Garden“ die Auseinandersetzung eines Künstlers und Medienwissenschaftlers mit dem Werk eines früheren Künstlers und mit neuen Technologien, während es sich bei „Visions Alive“ um eine technische Produktion einer Firma handelt. In der Visions Alive-Reihe sollen die neuen Technologien die realen Werke ersetzen.

Relevant sollte meiner Ansicht nach in jedem Fall das reale Museumsobjekt bleiben; nicht zuletzt auch, da das Museum seiner ursprünglichen Aufgabe als Sammler, Bewahrer und Erforscher von Objekten treu bleiben sollte, obwohl zusätzliche Aufgaben bedeutend geworden sind. Bereits in den 1930er Jahren setzte sich Walter Benjamin mit der Relevanz von Originalwerken auseinander: „Noch bei der höchstvollendeten Reproduktion fällt eines aus: das Hier und Jetzt des Kunstwerks – sein einmaliges Dasein an dem Orte, an dem es sich befindet.“⁹⁴ Und weiter: „Man kann, was hier auffällt, im Begriff der Aura zusammenfassen und sagen: was im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit des Kunstwerks verkümmert, das ist seine Aura.“⁹⁵ Unter Aura versteht Benjamin die Echtheit, Authentizität und Einzigartigkeit des Originals, das auch eine Geschichte hat und somit als Zeitzeuge dient. Tatsächlich ist es doch, auch im Hinblick auf die BesucherInnenorientierung, gerade die Erfahrung und Betrachtung realer historischer Objekte oder realer Kunstwerke, die das Museum von anderen Freizeiteinrichtungen unterscheidet und dank der jeweiligen Sammlung einmalig macht.

93 Alexander JÜRGS, Virtual Reality im Museum. Wenn Dinosaurier zum Leben erwachen, in: Goethe Institut, 2017, <https://www.goethe.de/de/kul/bku/20949031.html> (02.04.2018).

94 Walter BENJAMIN, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt am Main 1963, S. 11.

95 Vgl. ebenda, S. 13.

Daher halte ich die Einbindung von zusätzlichen Angeboten, im Sinne von Virtual- und Augmented-Reality, oder Multimedia-Technologien durchaus für sinnvoll und interessant; gerade, wenn es darum geht, auch Personen Zugänge zu ermöglichen, die sonst nicht zu den regelmäßigen MuseumsbesucherInnen gehören. „These new immersive techniques can attract more diverse and younger audiences, increase accessibility to cultural experience, enrich visitor engagement, lengthen memory retention, and inspire new ways to tell and share cultural stories.“, wie Stogner anmerkt.⁹⁶ Diese Technologien können jedoch die eigentliche Ausstellung von Originalwerken und -objekten nicht ersetzen, sondern nur als Teil der Ausstellung ihre Gültigkeit haben. So fände ich es spannend, „Klimt's Magic Garden“ im Kontext einer Ausstellung mit tatsächlichen Klimt-Werken zu sehen.

Ein zusätzlicher Aspekt, der beim Einsatz von Virtual-Reality und Multimedia-Technologien auffällt ist, dass es sich offenbar – zumindest bei den genannten Beispielen – um sehr isolierte persönliche Erfahrungen handelt, die sich nicht mit anderen teilen lassen. Dies unterscheidet sie stark von anderen immersiven Ausstellungen, wie man anhand der Beispiele in Kapitel 3.1. und 3.3. erkennen kann. Spannend wäre ein verstärkter Austausch der BesucherInnen miteinander und mit den Werken. Während ein Austausch mit dem Werk im Falle von Virtual-Reality und Augmented-Reality Beispielen ja durchaus stattfindet, fällt dieser Aspekt bei dem Multimedia-Kunst-Beispiel leider völlig weg.

Auch halte ich es für relevant, dass der Ausstellungsbesuch der Zukunft nicht zu einer Effekt-Berieselung wird. Meines Erachtens nach, ist es relevant, BesucherInnen Handlungen und Aktionen sowie eigene Gedanken offen zu lassen sowie ihnen zusätzliche Informationen bereitzustellen und Fragen aufzuwerfen. Eine musikalisch untermalte, riesige Projektion kann diesen Anspruch in der jetzigen Form kaum erfüllen.

3.3. MULTISENSORISCHE KULTURHISTORISCHE AUSSTELLUNGEN – EIN EXKURS ZU DEN MÖGLICHKEITEN GEGENWÄRTIGER AUSSTELLUNGSGESTALTUNGEN

In kulturhistorischen Ausstellungen war die historische Entwicklung, auch aufgrund anderer Vorbilder, die beispielsweise im Bereich der Dioramen und Panoramen zu finden sind, im 20. Jahrhundert eine etwas andere. Geprägt war sie jedoch auch von unterschiedlichen

⁹⁶ Maggie Burnette STOGNER: The Immersive Cultural Museum Experience – Creating Context and Story with New Media Technology, in: The International Journal of the Inclusive Museum, 3/3, 2011, <http://museum-journal.com/> (Stand: 30.12.2016), S. 117.

Überzeugungen, die „zwischen Kontextualisierung im Sinne eines Geschichtsmuseums einerseits sowie Ästhetisierung der Objekte im Stile der Kunstmuseen andererseits“ pendelten.⁹⁷ Während noch im 19. Jahrhundert die „malerische Präsentationsweise“ üblich war, die einen „malerischen Gesamteindruck“ hervorrufen sollte, war die Entwicklung in den 50er und 60er Jahren von einer zunehmenden Fokussierung auf Einzelobjekte gekennzeichnet, die oft an Präsentationsweisen von Kunstausstellungen angelehnt war.⁹⁸ Heute existieren, wie Kaiser ausführt, „objektorientierte und kontextualisierte“ Ausstellungspräsentationen nebeneinander. Zudem inspiriert auch die künstlerische Auseinandersetzung mit dem Raum die szenographische und kuratorische Arbeit über den Bereich der Kunstausstellungen hinaus. Wie Locher sagt, sind es gerade Museen, die „nicht Sichtbares sichtbar“ machen, wie beispielsweise historische Themen, die AusstellungsgestalterInnen besonders herausfordern, ihnen aber gleichzeitig auch besonders viele Möglichkeiten eröffnen, da die Gestaltung zwar mit einem Objekt „rivalisieren“ mag, jedoch nicht mit einem Kunstwerk.⁹⁹

3.3.1. DAUERAUSSTELLUNG, STAATLICHES MUSEUM FÜR ARCHÄOLOGIE CHEMNITZ, SEIT 2014

Ein spannendes Beispiel für die Auseinandersetzung mit multisensorischen Displays im kulturhistorischen Kontext ist die Dauerausstellung des Staatlichen Museums für Archäologie Chemnitz, smac, das 2014 eröffnet wurde (Abb. 16–18). Das Leitbild des Museums verspricht: „Getreu unseres claims „Kulturen entdecken – Geschichte verstehen“ möchten wir die Besucher mit einer ungewöhnlichen Ausstellungserzählung und einer darauf abgestimmten Szenographie in Staunen versetzen, sie anregen und einladen, kulturelle Vielfalt in ihrer zeitlichen Tiefe zu entdecken und zu verstehen.“¹⁰⁰ Und weiter: „Das smac Team versteht sich als Gastgeber, dem das Wohl der Besucher am Herzen liegt und [der] seine Wünsche und Anregungen ernst nimmt. Unser Ziel ist Barrierefreiheit, Inklusion und Partizipation, damit unser Haus ein Museum für Alle wird.“¹⁰¹

Das Bestreben, ein „Museum für Alle“ zu sein, erfordert einen inklusiven, niederschweligen

97 Brigitte KAISER, Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen, Bielefeld 2006, S. 81.

98 Vgl. ebenda, S. 31 und 34.

99 LOCHER, Die Kunst des Ausstellens, S. 57.

100 smac, Leitbild, URL: <https://www.smac.sachsen.de/ueberuns-leitbild.html> (Stand: 02.04.2018).

101 smac, Leitbild, URL: <https://www.smac.sachsen.de/ueberuns-leitbild.html> (Stand: 02.04.2018).

Zugang zu den präsentierten Inhalten und Objekten. Zusammen mit der französischen Firma Tactile Studio wurden zahlreiche unterschiedliche Taststationen sowie ein neuer „inklusive Mediaguide in Deutscher Gebärdensprache, in Leichter Sprache oder mit Audiodeskriptionen für sehbeeinträchtigte und blinde Besucher“ erstellt.¹⁰² Dieses Beispiel zeigt insbesondere die Chance mittels multisensorischer Displays eine barrierefreie und niederschwellige Ansprache des Publikums zu erreichen. Tactile Studio geht es, wie Alexandra Verdeil erklärt, allerdings nicht darum, ein alternatives Angebot für BesucherInnen, die auf einen barrierefreien Zugang angewiesen sind, zu schaffen, sondern die Objekte für alle, „unabhängig von Vorwissen, Sprachkenntnissen, körperlichen und kognitiven Fähigkeiten“, verständlich und attraktiv zu präsentieren und eine multisensorische Ansprache der RezipientInnen zu ermöglichen.¹⁰³ Haptische, akustische, visuelle und mancherorts sogar olfaktorische Präsentationsmittel kommen bei Ausstellungsdisplays von Tactile Studio zum Einsatz, sodass Objekte und Inhalte multisensorisch erlebt werden können.

Das taktile Leitsystem ist so angelegt, dass blinde und sehbeeinträchtigte BesucherInnen selbständig ihren Weg durch die Ausstellung finden können und an zahlreiche Stationen geleitet werden, die taktil oder akustisch erfahrbar sind. Darunter beispielsweise eine Station mit Tierfiguren aus Ton und Elfenbein, die zwischen 12.500-12.000 vor Christus entstanden. Zusätzlich zu der Betrachtung der Originalobjekte, die in Vitrinen ansprechend präsentiert werden, haben BesucherInnen die Möglichkeit Repliken zu betasten, was nicht nur für sehbeeinträchtigte BesucherInnen spannend ist. Ähnliche Präsentationsweisen wurden auch für Grabstellen oder Siedlungen, deren Grundrisse betastet werden können, sowie für Schmuck und Werkzeuge oder gar Schädelformen früher Menschen gewählt, was die zusätzliche taktile Wahrnehmung ermöglicht. An Hörstationen werden außerdem Informationen über Objekte und damalige Lebensweisen vermittelt, die natürlich unabhängig von Vorkenntnissen und Fähigkeiten eine spannende Ergänzung für BesucherInnen sind. Es gibt weiters Displayelemente die die spezielle Entdeckung von Informationen und Objekten für Sehende ermöglichen. Darunter beispielsweise Abbildungen von Gesteinsformationen oder auch Tierfiguren, die hinter Klappen verborgen sind, sodass BesucherInnen sie erst öffnen und entdecken müssen, was gerade für ein jüngeres Publikum spannend ist und die körperliche Teilhabe und Interaktion mit Objekten fördert. BesucherInnen werden durch das moderne, abwechslungsreiche Display dazu eingeladen, mit Repliken der Objekte und

102 Tactile Studio, smac, 2017, URL: <http://tactilestudio.de/smac-staatliches-museum-fuer-archaeologie-chemnitz-chemnitz-2017/> (Stand: 02.04.2018).

103 Angelika SCHODER, Kultur mit allen Sinnen. Wie lässt sich Barrierefreiheit im Museum ermöglichen?, in: Musermeku, 2017, <https://musermeku.org/2017/11/01/barrierefreiheit-im-museum/> (Stand 17.03.2018).

Displayelementen in körperlichen Kontakt zu treten und sie auch haptisch und akustisch zu erfahren. Zusätzlich gibt es eine reiche Informationsvermittlung mittels Touchscreens sowie mittels traditioneller Raumtexte. Das Display bietet für diverse Lerntypen Möglichkeiten der Wissensaneignung und des Zugangs zu den Originalobjekten. Durch die sehr moderne und attraktive räumliche Gestaltung ergeben sich auch räumliche Ausstellungssituationen, die körperlich und ästhetisch erfahrbar sind und einen immersiven Zugang ermöglichen. Ein Beispiel hierfür ist die fast kunstwerkartige Präsentation von Scherben von Keramikgefäßen, die den Objektreichtum der Sammlung veranschaulichen sollen und auch einen Einblick in die Arbeit eines archäologischen Museums geben. Insgesamt ist die Dauerausstellung neben den spannenden multisensorischen Gestaltungselementen auch ästhetisch und visuell ausgesprochen modern und ansprechend.

Dass ähnliche Präsentationsweise nicht nur in kulturhistorischen Museen möglich sind, zeigt die Berlinische Galerie, deren Sammlungspräsentation „Kunst in Berlin 1880-1980“ mit Hilfe von Tactile Studios auch für blinde und sehbeeinträchtigte Menschen zugänglich gemacht wird.¹⁰⁴ Jedoch bleiben die Tastmodelle und die App in diesem Kontext tatsächlich eher alternative Angebote für blinde und sehbeeinträchtigte BesucherInnen.

3.3.2. „GANZ WIEN. EINE POP-TOUR“ UND „GETEILTE GESCHICHTE. VIYANA – BEČ – WIEN“, WIEN MUSEUM 2017/18

Spannende kulturhistorische Beispiele für den Einsatz multisensorischer und räumlich erlebbarer Displays, die keine immersiven Großevents sind, jedoch auf subtile Art und Weise mit Elementen multisensorischer Räume und Displays arbeiten, finden sich häufig im Wien Museum. So beispielsweise in der Ausstellung „Ganz Wien. Eine Pop-Tour“ (2017/18), kuratiert von Michaela Lindinger und Thomas Mießgang und gestaltet von Thomas Hamann, in der die Geschichte der Wiener Popmusik thematisiert wurde (Abb. 19). Neben zweidimensionalen Objekten, wie Schallplattencover, Autogrammkarten und Postern, wurden – bei diesem Thema naheliegend – auch zahlreiche Hörstationen eingebaut, die eine akustische Wahrnehmung ermöglichten. Der gesamte Raum war sehr dunkel gestaltet, sodass

¹⁰⁴ Ähnliche Versuche gibt es auch andernorts, wie taktile Reliefs von Andreas Reichinger von VRVis Zentrum für Virtual Reality und Visualisierung Forschungs-GmbH, die in Zusammenarbeit mit der Österreichischen Galerie Belvedere und dem Kunsthistorischen Museum Wien entstanden sind. Jedoch handelt es sich in diesen Fällen vorrangig um zusätzliche, alternative Angebote für blinde und sehbeeinträchtigte Menschen, während das smac einen Erfahrungsraum für alle BesucherInnen gleichermaßen schaffen möchte.

das Gefühl des Eintauchens in ein anderes Umfeld bereits beim Betreten der Ausstellung vermittelt wurde. Weiters wurde der Raum durch an der Decke angebrachte und die Akustik verstärkende Boxen strukturiert, die an riesige, begehbare Lautsprecher erinnerten. Jeder begehbare Lautsprecher verkörperte ein bekanntes Wiener Lokal, eine Diskothek, eine Radiostation oder ein Studio, in dessen Welt BesucherInnen eintauchen konnten. In den Boxen wurden Auftritte von MusikerInnen in den jeweiligen Locations gezeigt, die durch die Abschirmung auch nicht überall im Raum vernommen wurden, sondern nur in der Umgebung der jeweiligen Hörstation – ein wichtiger Aspekt in einer Ausstellung in der etwa 40 akustische Aufnahmen präsentiert wurden. Der Raum war insgesamt so gestaltet, dass BesucherInnen sich dem Thema auf unterschiedliche Weise und durch unterschiedliche Sinne annähern konnten und das Display sowie der Ausstellungsraum auch körperlich erschlossen werden konnten und musste. BesucherInnen tauchten so auch körperlich in die Welt der Wiener Popkultur ein.

Auch bei der Ausstellung „Geteilte Geschichte. Viyana – Beč – Wien“ (2017/18), kuratiert von Vida Bakondy und Gerhard Milchram und gestaltet von Conny Cossa und Maximilian-Paul Hertz, die sich der Arbeitsmigration aus dem ehemaligen Jugoslawien und der Türkei widmete, setzte das Wien Museum spannende emotionale und immersive Strategien ein (Abb. 20). So wurden die sehr persönlichen Erinnerungsstücke von MigrantInnen durch deren Geschichten ergänzt – Videoaufnahmen einiger MigrantInnen wurden auf überlebensgroßen Bildschirmen porträtiert, die den Raum strukturierten und, durch die Bewegung im Raum und um die Bildschirme, mit der starken Präsenz der erzählenden Personen, herum, körperlich erlebbar machten. Neben der akustischen Wahrnehmung kam eine körperliche Sinneserfahrung hinzu und die emotionale Ebene wurde hier verstärkt angesprochen. BesucherInnen tauchten durch die Art der Videopräsentation noch intensiver in die Thematik ein. Auch ohne unmittelbare taktile Elemente, war der Raum leiblich erfahrbar.

Diese Ausstellungen des Wien Museums veranschaulichen, dass häufig allein die Auswahl der Exponate, die unterschiedliche Sinne ansprechen können, für die Raumerfahrung sehr bedeutend ist. Nicht in jedem Fall muss der Raum in einen immersiven Erlebnisraum verwandelt werden, sondern es reicht häufig die Übernahme einiger spannender multisensorischer und räumlicher Strategien, um die Ausstellung eindrucksvoller, emotionaler, niederschwelliger und auf unterschiedlichen Ebenen sowie mit unterschiedlichen Sinnen erlebbar zu machen. Trotz des emotionalen Zugangs kommen auch die diskursiven Elemente, die Inhalte, Themen und Wissen transportieren, nicht zu kurz.

3.3.3. UNTERGESCHOSS LIBESKIND-BAU, JÜDISCHES MUSEUM BERLIN, SEIT 1999

Während an einigen Beispielen kritisiert wird, es ginge nur um die Immersion, den Effekt und die vergnügliche, seichte Freizeitunterhaltung, beleuchtet das Beispiel des Jüdischen Museums Berlin einen anderen Aspekt multisensorischer Präsentationen. Auch hier handelt es sich um eine immersive Ausstellung, die unsere Sinne und Emotionen ansprechen möchte, jedoch dabei eine Auseinandersetzung mit einem sehr sensiblen Thema darstellt. Das Jüdische Museum in Berlin besteht aus zwei Gebäuden – dem barocken Kollegienhaus sowie dem Libeskind-Bau, der 1999 eröffnet wurde.¹⁰⁵ Im Libeskind-Bau, der oft mit einem zerbrochenen Davidstern oder Blitz assoziiert wird, befindet sich die Dauerausstellung, die Exponate und interaktive Stationen, die sich mit zwei Jahrtausenden der deutsch-jüdischen Geschichte beschäftigen, zeigt.¹⁰⁶ Durch das Untergeschoß, das auch als begehbares Mahnmal für den Holocaust interpretiert werden kann, gelangen BesucherInnen in die Dauerausstellung.¹⁰⁷ Für diese Arbeit ist gerade der immersive Charakter des Untergeschoßes spannend, der bereits in der spektakulären Architektur angelegt ist. Drei architektonische Achsen, die „Achse der Kontinuität“, die „Achse des Exils“, die zum „Garten des Exils“ führt, sowie die „Achse des Holocaust“, die in einer Sackgasse mündet und vor der sich der Holocaust-Turm befindet, symbolisieren die unterschiedlichen Lebenswege deutscher JüdInnen zur Zeit des Nationalsozialismus. Entlang dieser Achsen werden in Vitrinen teils sehr persönliche Objekte gezeigt, die die Geschichten deutscher JüdInnen erzählen. An den Kreuzungspunkten der Achsen befinden sich die „Voids“, Betonschächte die das gesamte Gebäude vertikal durchziehen.

Die Orientierung im Raum wird durch die Achsen gestört, der Fußboden ist uneben und ansteigend, die unterschiedlichen Lichtsituationen sind bedrückend und die Gänge teils beengend. Durch die Schächte wird die hinterlassene Leere nach dem Holocaust fühlbar. „Die Aufgabe des Untergeschoßes des Libeskind-Baus besteht nicht darin, als Behältnis für kuratierte Objekte [...] zu dienen. Vielmehr kann das Untergeschoß als begehbare Skulptur betrachtet werden [...].“¹⁰⁸ Diese begehbare Skulptur führt zu einem sinnlichen und emotionalen Einstieg in die Thematik. Meiner Ansicht nach verstärkt das beklemmende und bedrückende Gefühl den Ausstellungsbesuch und lässt ihn BesucherInnen nachhaltiger erleben. Es handelt sich nicht um eine zu theatralische Inszenierung und doch zieht der Bau

105 GERSCH, Unverwechselbare Merkorte, S. 10.

106 Jüdisches Museum Berlin, Libeskind-Bau, URL: <https://www.jmberlin.de/libeskind-bau> (Stand: 17.05.2018).

107 Aktuell wird die Dauerausstellung in den oberen Geschoßen umgestaltet.

108 GERSCH, Unverwechselbare Merkorte, S. 10.

von Daniel Libeskind BesucherInnen emotional und körperlich in die Thematik der Ausstellung. Aktuell befindet sich die immersive Installation „Schalechet“ („Gefallenes Laub“) des israelischen Künstlers Menashe Kadishman (1932-2015) in einem der „Voids“, die die emotionalisierende und unbehagliche Wirkung des Untergeschoßes noch verstärkt.¹⁰⁹ 10.000 runde Eisenplatten in Form runder Gesichter mit aufgerissenen Mündern bedecken den Boden des Weges. Beim Gang über diese entsetzten Gesichter entstehen knirschende und nachhallende Geräusche im Raum, die ein unbehagliches, sehr eindringliches Gefühl hervorrufen.

Der Museumsbesuch beschränkt sich aber natürlich nicht auf die Emotionalisierung und wird durch die Dauerausstellung auf zwei Geschoßen ergänzt, die im Gegensatz zum Untergeschoß nicht in erster Linie begehbare Skulptur und Mahmal, sondern Ausstellungsräume sind, in denen Exponate präsentiert werden, die sich mit der langen Geschichte des deutschen Judentums auseinandersetzen.

Obwohl hier in erster Linie die vorhandene architektonische Ausführung ausschlaggebend für die immersive Wirkung ist, wurde dieses Beispiel gewählt, um den Aspekt der unbehaglichen hervorgerufenen Emotion durch eine multisensorische, immersive Präsentation zu veranschaulichen. Es gibt natürlich auch Kunstaussstellungen, wie „Ydessa Hendeles. Death to Pigs“ in der Kunsthalle Wien (2016), die unbehagliche und unbequeme Emotionen hervorrufen möchten, jedoch sind es gerade kulturhistorische Ausstellungen, die häufig sensible Themen auch auf einer emotionalen Ebene vermitteln. Die Thematik wird durch die sinnlich-affektive und körperliche Ebene ergänzt und verstärkt und bleibt dadurch wohl langanhaltender in Erinnerung, wodurch auch der Lerneffekt gestärkt wird. Gerade die Verbindung von immersiven und diskursiven Elementen ist für die Museumserfahrung ausschlaggebend.

¹⁰⁹ Jüdisches Museum Berlin, Libeskind-Bau, URL: <https://www.jmberlin.de/libeskind-bau> (Stand: 17.05.2018).

4. MULTISENSORISCHE AUSSTELLUNGSDISPLAYS – MÖGLICHKEITEN VS. KRITIK

4.1. DIE MÖGLICHKEITEN MULTISENSORISCHER AUSSTELLUNGSDISPLAYS

Wie Schulze feststellt, müssen sich „öffentliche und private Erlebnisangebote [...] heute den gleichen Selektionskriterien der Erlebnisverbraucher stellen – insofern gibt es keinen Unterschied zwischen Theater, Kulturzentrum, Museum auf der einen Seite und Automaten Salon, Comics und Fitneßstudios [sic!] auf der anderen.“¹¹⁰ Prinzipiell können Kultureinrichtungen aufgrund anderer finanzieller Gegebenheiten nicht direkt in Konkurrenz zu anderen ErlebnisproduzentInnen treten. Dennoch muss etwas geboten werden, das eine Alternative zu deren Angeboten darstellt. Zunehmend soll eine breitere Masse angesprochen werden und der Zugang zu kulturellen Erlebnissen soll erleichtert werden. Doch was können multisensorische Gestaltungen von Ausstellungen dazu beitragen? Möglicherweise die Ansprache von BesucherInnen auf der Gefühlsebene und die Ermöglichung einer Erfahrung, die nicht auf Vorkenntnissen und Logik basiert. Das Ziel ist nicht einfach die Präsentation der Objekte, sondern die Vermittlung von Inhalten und die Bereitstellung einer Erfahrung und eines Erlebnisses mithilfe der Objekte. Es geht um Atmosphären, Gefühle, Geschichten und „narrative Strukturen“ und weniger um die „Vorherrschaft des Objekts“.¹¹¹ Dadurch eröffnen sich neue Chancen, wie die den „Zugang zu einer traditionell elitären Einrichtung wie dem Kunstmuseum“ durch niederschwellige Angebote zu erleichtern, Barrieren abzubauen und im Sinne von Bourdieu dem „Unterwerfungsgefühl“ von BesucherInnen entgegenzusteuern, die nicht zum regulären Museumspublikum gehören.¹¹² Im Sinne der Demokratisierung von Museen, sollte es der Wunsch der Institution sein, möglichst viele unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Der Einsatz spannender multisensorischer Displays, die nicht logisch nachvollzogen werden müssen, sondern auf der sinnlichen, ästhetischen und emotionalen Ebene funktionieren, könnte ein Schritt in Richtung einer anderen Form der Ansprache sein.

Zur Annäherung an die Frage, wie multisensorische Ausstellungen von RezipientInnen

110 SCHULZE, Erlebnisgesellschaft, S. 507; zit. n.: GERSCH, Unverwechselbare Merkmale, S. 7.

111 Stefan PAUL, Kommunizierende Räume. Das Museum, in: Zeithistorische Forschungen, 2005, <https://www.zeithistorische-forschungen.de/sites/default/files/medien/material/Paul-KommunizierendeRaume.pdf?language=de> (Stand: 02.04.2018), S. 350 f.

112 HORNIG, Kunst im Museum, S. 136.

wahrgenommen und erfahren werden und welche Möglichkeiten sich dadurch eröffnen, soll hier vorab die Rezeptionsästhetik, die sich mit der Kunstwahrnehmung und den RezipientInnen von Kunst auseinandersetzt, vorgestellt werden, um zu erläutern, dass Ausstellungen Orte sind, an denen ProduzentInnen, Werk beziehungsweise Objekt und RezipientInnen in einem realen Raum zusammentreffen, der nicht nur logisch und wissenschaftlich, sondern auch multisensorisch und körperliche erfahrbar ist. Weiters soll der Einsatz neurologischer Erkenntnisse für „multisensorisches Marketing“ sowie „multisensorisches Lernen“ erläutert werden und auch die Theorie des „Emotional Design“, die bereits von Gersch auf die Ausstellungsverarbeitung übertragen wird, und mit der Emotionalisierung zusammenhängt, soll behandelt werden.¹¹³ Diese Theorien, die sich mit der kognitiven Verarbeitung und Wahrnehmung auseinandersetzen, sollen den Blick auf die Möglichkeiten multisensorischer Ausstellungen lenken. Ausgehend von diesen unterschiedlichen Perspektiven soll außerdem auf die Niederschwelligkeit multisensorischer Ausstellungen eingegangen werden.

4.1.1. REZEPTIONSÄSTHETIK

Die Rezeptionsästhetik ist eine Richtung der Kunstwissenschaft, die sich mit der dialogischen Beziehung zwischen Werk und RezipientIn beziehungsweise der Wechselwirkung zwischen der Bedeutung eines Werks und der Erwartung und Verständnisbereitschaft der RezipientInnen beschäftigt, sodass ihr Zugang für die Betrachtung alternativer Wahrnehmungen in Ausstellungen spannend ist.¹¹⁴ Erst die Beziehung zwischen KünstlerIn, Werk und EmpfängerIn erfüllt im Sinne der Rezeptionsästhetik den Zweck des Kunstwerks und kann Bedeutung generieren. Demnach wird von der Offenheit der Bedeutung eines Kunstwerks ausgegangen, die erst im Dialog beziehungsweise durch die Wechselwirkung mit dem Publikum vervollständigt wird. Theorien der „ästhetischen Erfahrung“ sind Theorien der Werkästhetik gegenüber zu stellen, die von der Autonomie des Werkes ausgehen – von „dem Monopol eines autonomen, in sich abgeschlossenen Werkes“, dessen „vermeintlich festgelegte

113 GERSCH, Unverwechselbare Merkorte.

114 Der Begriff „Ästhetik“ stammt vom griechischen „aisthētiké (téchnē)“, der „Wissenschaft vom sinnlich Wahrnehmbaren“ ab, während das lateinische Wort „receptio“ die „Aufnahme“ eines Kunstwerks durch Betrachtende meint. Duden, Ästhetik, URL: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/ästhetik> (Stand: 02.04.2018); Duden, Rezeption, URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rezeption> (Stand: 02.04.2018).

Künstlerintention“ von BetrachterInnen decodiert werden muss.¹¹⁵ Sie geben der Erfahrung den Vorzug vor dem Werk selbst und sind von der Zusammengehörigkeit von Kunstwerk und RezipientIn sowie von der Teilhabe des Publikums an der Kreation und Bedeutung des Kunstwerks überzeugt.¹¹⁶ In diesem Sinne sind zum Beispiel auch Kunstwerke von Eliasson oder Inoue zu sehen, die erst durch die Miteinbeziehung des Publikums ergänzt werden (siehe Kapitel 3.1.1. und 3.1.3.). Die Rezeptionsästhetik bezieht sich auf das betrachtende Subjekt, das sich mit dem Kunstwerk auseinandersetzt, während sich die Werkästhetik in erster Linie dem Objekt, also Werk, widmet. Aus dieser Perspektive, ist eine ästhetische Erfahrung auch ohne fundiertes theoretisches Grundwissen möglich. Der jeweilige Hintergrund sowie das Wissen und die persönliche Erfahrung der RezipientInnen ergänzen das Werk. Kunsterfahrungen, die individuelle Erlebnisse voraussetzen und auf der Beziehung zwischen Werk und RezipientIn basieren, gehen über eine visuelle und logisch-wissenschaftliche Erfahrung hinaus und sind oft zugänglicher.

Kemp führt aus, dass der „älteren Kunstlehre“ - er bezieht sich hier auf die Renaissance- und Barockzeit - die ästhetische Kommunikation zwischen KünstlerIn, Kunstwerk und Publikum sehr viel näher war als Theorien, die auf KünstlerIn oder Werk fokussiert sind.¹¹⁷ Während man tatsächlich in der früheren Kunstgeschichte stets das Gefallen des Publikums anstrebte, kam es ab dem 18. Jahrhundert zu einer Änderung: „Die neue Autonomie-Ästhetik [...] ist direkter Ausdruck der Entfremdung, die kunstökonomische Prozesse zwischen Publikum, Künstler und Kunstwerk bewirkt haben. [...] Die Kunsttheorie preist die neue Distanz als Grundvoraussetzung künstlerischen Schaffens.“¹¹⁸ Die Bestrebung Kunst zu schaffen, ohne dabei die BetrachterInnen mitzudenken, wurde aus dem Blickwinkel der Werkästhetik zum Merkmal „echter“ Kunst. In diesem Sinne schrieb beispielsweise der Kunsthistoriker Michael Fried, der sowohl bei Rebenisch als auch bei Kemp diskutiert wird, im Jahr 1967, dass das Kunstwerk so tun solle, als wären die BetrachterInnen nicht anwesend.¹¹⁹ Kemp zitiert, dass Kunst, die BetrachterInnen mitdenkt, eher Theater sei - „and theatre is now the negation of art.“¹²⁰ Fried, der sich v.a. sehr kritisch über Minimal Art äußert, sieht die Einbeziehung des Publikums als deren Hauptproblem.

Obwohl es stets - auch zum Zeitpunkt der Entfremdung zwischen Publikum und

115 NOLTZE, Dialog Kunst - Raum, S. 38.

116 Vgl. ebenda, S. 12; KEMP, Betrachter, S. 30-43.

117 KEMP, Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik, S. 9-11.

118 Vgl. ebenda, S. 12.

119 Vgl. ebenda, S. 12; KEMP, Betrachter, S. 30-43.

120 KEMP, Betrachter, S. 30.

KünstlerInnen, den Kemp beschreibt – auch Auseinandersetzungen mit der Bedeutung des Publikums gab, sieht Kemp das Jahr 1967 als das eigentliche Jahr der Geburt der Rezeptionsästhetik.¹²¹ Er argumentiert, dass es zu diesem Zeitpunkt zu einer deutlichen Verdichtung der künstlerischen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit RezipientInnen kam. Es entstanden, wie bereits in Kapitel 2 erläutert wurde, auch neue Strömungen der Kunst, deren BetrachterInnen dem Werk nicht mehr passiv begegnen konnten, sondern in das Werk mit einbezogen wurden, sodass eine Auseinandersetzung mit ihrer neuen Rolle notwendig wurde. Kemp begründet 1967 als wichtiges Jahr für die Entstehung der Rezeptionsästhetik außerdem mit dem Start eines wegweisenden Projekts an der Universität Konstanz unter Wolfgang Iser und Hans Robert Jauss, die sich im Feld der Literaturwissenschaften mit dem „impliziten Leser“ beziehungsweise der „Leserfunktion des Textes“ beschäftigten.¹²² Sie gingen davon aus, dass „sich Bedeutungen literarischer Texte erst im Lesevorgang konstruieren“ und stellten den „Akt des Lesens“ ins Zentrum der Auseinandersetzung.¹²³ Gleichzeitig wurde auch die Idee der „idealen“, „impliziten“ BetrachterInnen relevant, deren Rezeptionsprozesse bereits von den KünstlerInnen mitgedacht und geplant wurden.¹²⁴ Dennoch gibt es einen Spielraum, denn man geht davon aus, dass die Rolle der LeserInnen „historisch und individuell unterschiedlich realisiert wird.“¹²⁵ Während es in der Literaturwissenschaft demnach seit den späten 60er Jahren zu der Entwicklung der Rezeptionsästhetik kam, hat die Kunstgeschichte diese Theorien erst relativ spät in ihre wissenschaftliche Auseinandersetzung integriert. Neben der zunehmenden wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit RezipientInnen betont Kemp auch die Relevanz eines Kunstwerks für die weitere Entwicklung der Rezeptionsästhetik – der Box 5/6 in der 28 Gegenstände (Filme, Platten, Modelle, Essays, Texte etc.) der Kunstrichtungen Konstruktivismus, Surrealismus und Konzeptkunst von KünstlerInnen und MusikerInnen unter dem Herausgeber Brian O'Doherty versammelt wurden.¹²⁶ Drei Texte in dieser Box beschäftigten sich mit der aktiven Rolle der KunstrezipientInnen. Der erste Text stammt von Roland Barthes und wurde zuvor im „Aspen Magazine“ unter dem Titel „The Death of the

121 Hier ist beispielsweise Alois Riegl zu nennen, der bereits Ende des 19. Jahrhunderts, die Beziehung zwischen Werk und BetrachterInnen zu „einer produktiven Kategorie kunstgeschichtlicher Untersuchungen“ erhob. KEMP, Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik, S. 17.

122 KEMP, Betrachter, S. 10.

123 Anette TIETENBERG, Von Geschmack und Gefühl. Die Kunstaussstellung als mediale Inszenierung des emotionalen Selbst, in: Kunsturteil, 235, 2015, <https://kunstforum.de/lesen/artikel.aspx?a=235111> (Stand: 02.04.2018).

124 Vgl. ebenda.

125 Vgl. ebenda.

126 KEMP, Betrachter, S. 11.

Author“ veröffentlicht.¹²⁷ Darin schreibt er: „Die Geburt des Lesers ist zu bezahlen mit dem Tod des Autors.“¹²⁸ Die Hauptperson AutorIn oder KünstlerIn, die ein Werk oder einen Text alleine produziert, wird hier verabschiedet. Stattdessen gewinnen LeserInnen des Textes an Bedeutung – auch an Bedeutung in der Produktion von Bedeutung. Auch Marcel Duchamp steuerte ein Essay als Beitrag zu Aspen 5/6 bei. Ursprünglich als Rede für einen Kongress in Houston gehalten, nahm er auf einer Schallplatte eine Rede mit dem Titel „The Creative Act“ auf.¹²⁹ Er beschreibt darin die zwei Pole der Kunst – KünstlerInnen auf der einen Seite und BetrachterInnen, „spectators“, die schließlich auch die „Nachwelt“ verkörpern, auf der anderen Seite. „There wouldn't be any creation if there was nobody to look at it. In other words, half of the creation is done by these onlookers.“ Er widmet beiden Polen in seinem Essay dieselbe Zeit und misst ihnen dieselbe Bedeutung bei. Ein dritter Text in Aspen 5/6, der sich mit dem Verhältnis zwischen Kunstwerk, KünstlerIn und BetrachterIn beschäftigt, ist der Text „The Aesthetics of Silence“ von Susan Sontag.¹³⁰ Während Barthes und Duchamp lediglich von der Tatsache sprechen, dass BetrachterInnen Bestandteil der Rezeption und Kreation des Werks seien, analysiert Susan Sontag das Verhältnis zwischen zeitgenössischer Kunst und Publikum. So behauptet sie, es ginge in den „in Mode kommenden Happenings“ darum, „das Publikum zu ärgern und zu beschimpfen“ und das Publikum abzuschaffen – dies jedoch sei durch sämtliche „Aggressionen“ von Seiten der KünstlerInnen nicht gelungen.¹³¹

4.1.1.1. DIE BEDEUTUNG DER REZEPTIONSÄSTHETIK FÜR DAS RAUMERLEBNIS IN MULTISENSORISCHEN AUSSTELLUNGEN

Bei dem Gedanken, dass Kunst nicht nur logisch und wissenschaftlich, sondern auch ästhetisch und mit anderen Sinnen als dem visuellen Sinn, erfassbar und erfahrbar ist, muss ein besonderes Augenmerk auf den Raum und auf das Display gelegt werden. „Die Phänomenologie der Wahrnehmung“ von Maurice Merleau-Ponty betont die Bedeutung des Körpers für die Raumwahrnehmung.¹³² In räumlichen Strukturen wird der Raum körperlich erfahrbar – noch mehr trifft dies zu, wenn das Objekt selbst, wie im Falle der Kunstwerke von

127 Ebenda.

128 Ebenda.

129 Vgl. ebenda, S. 19–24.

130 Vgl. ebenda, S. 24–30.

131 Vgl. ebenda, S. 19–24.

132 Maurice MERLEAU-PONTY, Die Phänomenologie der Wahrnehmung, Berlin 1966/1974.

Ernesto Neto (Kapitel 3.1.2.), räumlich erfahrbar ist, beziehungsweise auf gewisse Weise verstärkt mit dem Raum interagiert. Wie Hanak-Lettner schreibt, werden wir „als Besucher [bereits] durch unseren eigenen Weg in der Ausstellung schöpferisch tätig.“¹³³ „Die Ausstellung als Erzählung entsteht zwischen dem rezipierenden/schöpferischen Ich des Besuchers und den Dingen, Texten, Medien oder Symbolen, die die Ausstellung allesamt verräumlicht: In der Ausstellung wird alles zum Raum, er ist die primäre Dimension.“¹³⁴ RezipientInnen entdecken Objekte im Raum durch die Bewegung. Der Ausstellungsraum kann als Umfeld für Kunst oder als Gesamtkunstwerk somit auch körperlich und multisensorisch wahrgenommen werden. Brückner meint, das Gesamtkunstwerk Ausstellung bediene sich „intuitiver, kognitiver, assoziativer und fiktiver Wahrnehmungen“ und das Erlebnis entspreche der „Summe dieser Wahrnehmungen“.¹³⁵ Multisensorische Raumkunstwerke und Displays lösen mitunter die Grenze zwischen Objekt und Subjekt auf, sodass ein Dialog zwischen Objekt und BetrachterIn entsteht. Häufig entstehen auch Räume, die dem Publikum ein aktives Agieren – auch ein Agieren miteinander – ermöglichen, wie es Eliasson wichtig ist (Kapitel 3.1.1.). Ein dreidimensionales, raumgreifendes Werk und ein Ausstellungsraum haben zudem eine Atmosphäre und ermöglichen BesucherInnen eine andere Art der Rezeption als ein zweidimensionales Werk oder eine zweidimensionale Präsentationsform. Wahrnehmbar und erfahrbar wird eben diese Atmosphäre des Raumes beziehungsweise der Objekte, die sich nicht ausschließlich durch Logik und Sehsinn erfassen lässt, sondern „in gleichen Maßen über den Orientierungs- und Gleichgewichtssinn, den Tastsinn, den Hörsinn, den Geruchssinn [...]“.¹³⁶ Meiner Ansicht nach ist es gerade dieser Aspekt, der es ermöglichen kann, sowohl Kunst als auch kulturhistorische Ausstellungen für eine breitere Masse erfahrbar zu machen. Objekte und Werke können sich durch eine multisensorische Präsentation öffnen und so zugänglicher sein.

133 HANAK-LETTNER, Dramaturgie, S. 190.

134 Ebenda.

135 Uwe R. BRÜCKNER, Raum als Gesamtkunstwerk – Ästhetik des Erlebens, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 283–292, S. 292.

136 TIETENBERG, Geschmack und Gefühl.

4.1.2. „MULTISENSORISCHES MARKETING“, „MULTISENSORISCHES LERNEN“ UND „EMOTIONAL DESIGN“ ALS ÜBERTRAGBARE STRATEGIEN UND THEORIEN FÜR MULTISENSORISCHE AUSSTELLUNGSGESTALTUNGEN

Wie Hageböling anmerkt, folgt man heutzutage in der Ausstellungsgestaltung häufig Anregungen und Tendenzen der Marketingforschung, um einerseits vermehrt Ausstellungsbesuche zu initiieren und das Publikum andererseits an die Institutionen zu binden.¹³⁷ Sie sieht diese Entwicklung kritisch, lässt dadurch jedoch die Möglichkeiten der Inkorporation von Marketingstrategien in die Ausstellungskonzeption außer Acht. Ansätze des multisensorischen Marketings sind durchaus spannende Bezugspunkte für Ausstellungen. Resultate der neurologischen Forschung sprechen vom „Gesetz der multisensorischen Verstärkung“ der Neuroökonomie, die besagt, dass es zu einer intensiveren Wahrnehmung kommt, wenn mehrere Sinne angesprochen werden: „Eine Botschaft, die das menschliche Gehirn über mehrere Sinneskanäle erreicht, wird schneller und bis zu zehnmal intensiver verarbeitet als ein einzeln ankommendes Signal.“¹³⁸ Zudem kommt die Tatsache, dass das Gehirn nach einmaliger Abspeicherung multisensorischer Botschaften über einen empfangenen Reiz über nur ein Sinnesorgan die multisensorische Erfahrung wieder abrufen kann, was neben dem intensiveren Erlebnis auch zu einem langanhaltenderen Eindruck führt.¹³⁹ Diese Erkenntnisse der Neurologie werden auch im multisensorischen Marketing angewendet. So merken die MarketingexpertInnen Nölke und Gierke an: „[...] die Sinne sind die Tore zu unserem inneren Erleben, zu unseren Gefühlen. Was unsere Gefühle nicht erreicht, das findet für uns nicht wirklich statt. Was unsere Gefühle erreicht wird wichtig.“¹⁴⁰ Das Neuromarketing geht von der Behauptung aus, dass Empfindungen und Gefühle sehr viel häufiger unsere Entscheidungen treffen als wir es vermuten würden. Ähnliches kann auch auf den Besuch von Ausstellungen übertragen werden. Themen und Gestaltungen, die uns nicht auch auf einer emotionalen Ebene ansprechen, geraten leichter in Vergessenheit. Durch die Ansprache verschiedener Sinne und die Emotionalität wird die Ausstellungswahrnehmung zum Erlebnis, die Intensität wird verstärkt und Unmittelbarkeit wird versprochen.¹⁴¹ Wie Nölke und Gierke ausführen, war die emotionale Komponente von Werken in der Unterhaltungsindustrie stets ein entscheidender Erfolgsfaktor für Filme, Bücher, Musik,

137 HAGEBÖLLING, Interaktive Dramaturgien, S. 255.

138 NÖLKE, GIERKE, Multisensorisches Marketing, Position 206–209.

139 Ebenda.

140 Vgl. ebenda, Position 217.

141 SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet, S. 73.

Musicals etc. – sämtliche „Trigger“ menschlicher Gefühlswelten werden bedient – „Geschichten, Bilder, Farben, Haptik und Olfaktorik [...], Stimmen, Töne, Geräusche und Musik“.¹⁴² Mit diesen Triggern, die bereits seit langem im Bereich der Unterhaltungsindustrie eingesetzt werden und die auch vom Neuromarketing erkannt und genutzt werden, spielen auch multisensorische, immersive Displays und Räume.

Eine weitere spannenden Theorie, was die Emotionalisierung und die Rolle unserer Gefühle angeht, ist jene des „Emotional Design“ des Kognitionspsychologen Donald Norman (2004), mit deren Übertragbarkeit auf Ausstellungsbesuche sich Petra Gersch in ihrer Dissertation auseinandersetzt.¹⁴³ Gersch erläutert Normans Ansatz, der auf der Behauptung basiert, dass Emotionen maßgeblich die menschliche Wahrnehmung und das menschliche Verhalten bestimmen.¹⁴⁴ Norman unterscheidet drei Ebenen der menschlichen Informationsverarbeitung, die er „visceral level“, „behavioral level“ und „reflective level“ nennt. Der erste Bereich, das „visceral level“ ist ein vorprogrammiertes, automatisiertes Muster, das Menschen unbewusst auf bestimmte Wahrnehmungen mit positiven oder negativen Empfindungen reagieren lässt. Bei dieser ersten Art der Verarbeitung geht es um eine „unmittelbare Reaktion beim Betrachter, die fühlend und nicht reflektierend erzeugt wird“.¹⁴⁵ Das „behavioral level“ wiederum ist der Bereich der Informationsverarbeitung, der dazu führt, dass auf die Wahrnehmung und die unmittelbare Reaktion auch eine Handlung und Aktion folgen kann – auch hier handelt es sich noch um einen unbewussten Prozess ohne Interpretationsebene. Erst das „reflective level“ schließlich „ermöglicht Verständnis, Interpretation, Begründungen und Vergleiche“; es ist jener Bereich unserer Wahrnehmung der am stärksten von Kultur, Erfahrung, Erziehung und Bildung beeinflusst werden kann.¹⁴⁶ Norman argumentiert, dass letzterer Bereich unserer Wahrnehmung so einflussreich ist, dass er sich über die beiden anderen Bereiche hinwegsetzen kann. Trotzdem findet die erste Wahrnehmung, die einen direkten Einfluss auf unsere Entscheidungen hat, auf einer sinnlich-affektiven und körperlichen Ebene statt. Auch beim Betreten und Betrachten einer Ausstellung ist der erste Eindruck geprägt von unserem körperlichen und emotionalen Empfinden, unserer unterbewussten Reaktion, während erst danach auf die reflektierende Ebene, die von unserer Logik und unserem Wissen geprägt ist, zugegriffen wird. Erst hier geht es um Bedeutungsbezüge und Assoziationsketten. Prinzipiell ist die Idee des „Emotional

142 NÖLKE, GIERKE, Multisensorisches Marketing, Position 238.

143 GERSCH, Unverwechselbare Merkorte, S. 23–50.

144 Ebenda, S. 23–50.

145 Vgl. ebenda, S. 34.

146 Vgl. ebenda, S. 28.

Design“, dass der Verkauf von Produkten mit „eindrucksvollen Erlebnissen“ und Eindrücken verknüpft werden sollte.¹⁴⁷ Durch die Übertragung von Normans Theorie des „Emotional Design“ lässt sich also schlussfolgern, dass eine Ausstellung, die uns auf verschiedenen Wahrnehmungsebenen erreichen kann und auch unsere unbewussten, emotionalen Informationsverarbeitungsprozesse anspricht, das Potenzial hat, durch hervorgerufene Emotionen, länger andauernde und intensivere Erlebnisse hervorzurufen. Umgesetzt wird dieser Zugang beispielsweise in der Präsentation im jüdischen Museum, wo der diskursive Aspekt durch die emotionale Wahrnehmung intensiviert und ergänzt und für BesucherInnen relevant wird (Kapitel 3.3.3.).

In Übereinstimmung mit Schneemann bin ich der Ansicht, dass emotionale Ansätze nur dann zum Problem werden, wenn sie Positionen gegenübergestellt werden, die von Ausstellungen erwarten, „Argumente und Positionen [zu]vermitteln“.¹⁴⁸ Wie er, spreche auch ich mich gegen diese Polarisierung aus, da dadurch die Vielschichtigkeit und das breite Möglichkeitsspektrum von Ausstellungen negiert werden. Wigley führt beispielsweise aus, dass zwischen diskursiven und immersiven Ausstellungen differenziert wird: während diskursive Ausstellungen über den Sehsinn und die Logik erfahrbar sind und sich in der Gestaltung eher zurücknehmen, sind immersive Ausstellungen über all unsere Sinne und Emotionen erfahrbar.¹⁴⁹ Einen immersiven Raum betritt man, man taucht in ihn ein – in die Erfahrung, in die Atmosphäre. Aufgrund des Fokus auf Atmosphäre und Raum, nehmen sich immersive Ausstellungen seiner Ansicht nach aber im Hinblick auf die diskursiven, textlichen Elemente zurück, was bei manchen Kulturschaffenden als Trivialisierung angesehen wird. Doch ist die immersive Ausstellungen automatisch nicht diskursiv und umgekehrt? Wigley meint, dass auch diskursive Ausstellungen ausgesprochen immersiv sein können, da BesucherInnen in die Welt der Fakten, Informationen und Daten „eintauchen“ würden. Weiters argumentiert er, dass der White Cube trotz der offensichtlichen Unterschiede zu sogenannten immersiven, multisensorischen Räumen, selbst immersiv sei, da es sich um einen Raum handle, der BesucherInnen in die vermeintlich ideale Museumshülle eintauchen lässt und sie von der Außenwelt isoliert.¹⁵⁰ Im Grunde findet also immer ein Eintauchen in die Welt des Museums statt. Gleichzeitig bin ich davon überzeugt, dass auch immersive Ausstellungen diskursiv sein, Fragen aufwerfen und Fakten vermitteln können, wie auch einige der genannten Beispiele, darunter „Hisako Inoue. Die Bibliothek der Gerüche“ (Kapitel 3.1.3.) oder die

147 KAISER, Kulturhistorische Ausstellungen, S. 212.

148 SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet, S. 74.

149 WIGLEY, Discursive versus Immersive, S. 2.

150 Vgl. ebenda, S. 6.

Dauerausstellung des smac und des Jüdischen Museums in Berlin (Kapitel 3.3.1. und Kapitel 3.3.3.), zeigen. Hingegen können auch Ausstellungen, die nicht als immersiv bezeichnet werden, nicht diskursiv sind, keine Texte oder Erklärungen aufweisen und somit auch den Aspekt der Diskursivität nicht erfüllen. Daher halte ich die Unterscheidung zwischen diskursiv und immersiv für polemisch und nicht zielführend. Ich bin der Ansicht, dass Emotionalisierung und Immersion vielmehr dazu führen können, Themen, Objekte und Ausstellungen intensiver und länger in Erinnerung zu behalten und nicht gezwungenermaßen dazu führen muss, dass keine Argumente und Themen vermittelt werden. Vielmehr stellt sich doch die Frage, ob multisensorische, immersive Displays nicht dazu führen könnten, Themen besser und nachhaltiger zu vermitteln und diese vermittelten Themen durch die Emotionalisierung nicht sogar an Relevanz gewinnen könnten. Wie es auch immer wieder neue Ansätze zur Vermittlung von Wissen in Bildungseinrichtungen gibt, sollten diese auch in Museen zulässig sein und berücksichtigt werden. Es gibt zahlreiche Ansätze und Modelle, die von unterschiedlichen Lerntypen ausgehen. So kann eine Forderung, die sich insbesondere mit multisensorischen Ansätzen vereinbaren lässt, lauten, dass unterschiedliche Angebote Teil der Ausstellung sein sollten, die verschiedene „Kanäle des Publikums“ berücksichtigen und unterschiedliche Sinne anspricht.¹⁵¹ Ein spannender Aspekt, der insbesondere für ein Museum als „Lernort“ relevant ist, ist, dass multisensorische Ausstellungen dem Publikum, wie bereits erwähnt, häufig länger in Erinnerung bleiben. Diese Erkenntnis teilt auch der pädagogische Ansatz des „multisensorischen“ oder „ganzheitlichen“ Lernens. Ähnlich wie im multisensorischen Marketing, werden auch im pädagogischen Bereich neurologische Erkenntnisse für die Bildung neuer Ansätze herangezogen. „Erste Ansätze [dieser Theorie] sind bereits mit [Johann Heinrich] Pestalozzis [1746-1827] Idee der Elementarbildung, dem Lernen mit Kopf, Herz und Hand zu verzeichnen“.¹⁵² Unter „ganzheitlichem“ oder „multisensorischem Lernen“ versteht man „Lernen mit allen Sinnen – mit Verstand, Gemüt und Körper.“¹⁵³ Die Behauptung dieser Lerntheorie ist, dass Menschen leichter lernen und sich Dinge leichter merken, wenn mehrere Sinne gleichzeitig angesprochen werden. Noch leichter umsetzbar als in einer klassischen Bildungseinrichtung, sollten diese Erkenntnisse im musealen Bereich sein, da mit dem Besuch einer Ausstellung in der Regel bereits die Bewegung durch den Raum, das Lesen von Texten, das Betrachten und häufige Anfassen von Vermittlungstools usw. einhergehen. Durch multisensorische Räume und Displays kann der

151 KAISER, Kulturhistorische Ausstellungen, S. 59.

152 Madeleine BACHER, Kopf, Herz und Hand? Ja klar, aber..., in: Bündner Schulblatt, 2012, S. 4 f, https://edudoc.ch/record/106054/files/BS_2_APR12.pdf (Stand: 02.04.2018).

153 Ebenda.

Lerneffekt über unterschiedliche Kanäle also verstärkt werden. Dies wird beispielsweise durch unterschiedliche Strategien im smac (Kapitel 3.3.) umgesetzt. Doch auch Ernesto Neto oder Hisako Inoue (Kapitel 3.1.) setzen multisensorische Werke ein, um auf Themen und Inhalte aufmerksam zu machen.

Auch wenn man sich also gegen die Ökonomisierung des Kunst- und Kulturbereiches ausspricht, sollte anerkannt werden, dass gewisse Erkenntnisse aus den Bereichen der Neurologie – die auch in Pädagogik, Marketing, Produktdesign, oder im Endeffekt auch in Themenparks angewendet werden – hier auf die Ausstellungsgestaltung übertragbar sind und durchaus einen Nutzen haben, wenn es um die Ansprache des Publikums sowie die Intensivierung und Emotionalisierung eines Erlebnisses und die spannende, niederschwellige Präsentation von Objekten geht.

4.1.3. NIEDERSCHWELIGE ZUGÄNGE MULTISENSORISCHER AUSSTELLUNGSRÄUME

Als Vertreterin der Rezeptionsästhetik setzt sich Rebentisch mit der Wahrnehmung von Kunst auseinander. Sie meint, Kunst sei deshalb autonom, weil „sie einer Erfahrung stattgibt“, die auf der Beziehung zwischen „ihrem Subjekt und ihrem Objekt“ basiert.¹⁵⁴ Sie erläutert, dass in der Philosophie von der „Autonomie der ästhetischen Erfahrung gegenüber den Bereichen der theoretisch-wissenschaftlichen und der moralisch-praktischen Vernunft“ geredet wird.¹⁵⁵ Weiters stellt sie die Behauptung auf, die Autonomie der Kunst käme dadurch zustande, dass Erfahrungen im Zwischenspiel von Objekt und Subjekt ermöglicht würden, die sich von „den Sphären der praktischen und der theoretischen Vernunft unterscheiden“.¹⁵⁶ So gäbe es auch die Möglichkeit einer Kunsterfahrung, die keines speziellen Wissenscodes bedürfe.

Eine andere Sichtweise hat Theodor Adorno, der 1967 eines seiner Hauptwerke, die „Ästhetische Theorie“, veröffentlichte: „Die spezifische Erfahrung [des] je einzelnen Kunstwerks ist zu erfüllen erst durch die Theorie hindurch, welche die Erfahrung reflektiert.“¹⁵⁷ Er besteht also im Sinne der Werkästhetik darauf, dass es keine ästhetische Erfahrung ohne Wissen und Logik geben kann, kein Eintauchen, keine Immersion in das Werk ohne den Code, durch den es für das Publikum lesbar wird. Im Grunde ist eine Kunsterfahrung für ihn nur über den Weg der Wissensaneignung und Logik möglich. Zu einer ähnlichen

154 REBENTISCH, Installation, S. 12.

155 Vgl. ebenda, S. 10.

156 Vgl. ebenda, S. 12.

157 Vgl. ebenda, S. 31.

Erkenntnis kommt auch Pierre Bourdieu, der meint, RezipientInnen müssten „den Code des Werkes beherrschen“, um ein „Kunstwerk richtig lesen zu können“.¹⁵⁸ Wie Schnell zusammenfasst, ist Bourdieu folgender Ansicht: „Während die Rezeption von kommerziellen Produkten vom Bildungsstand der Rezipienten nahezu unabhängig ist, sind die reinen Kunstwerke nur solchen Konsumenten zugänglich, die über die entsprechende und für ihre Erschließung und Bewertung notwendige Disposition und Kompetenz verfügen.“¹⁵⁹ So dienen Kultur und Museum der Beibehaltung sozialer Unterschiede und Trennlinien, woran auch der Zugang zu Bildung seiner Ansicht nach nur geringfügig etwas ändern kann – er sieht den oben erwähnten Code, der zum Verständnis eines Kunstwerks notwendig sein kann, nicht nur als Wissenscode, sondern auch als sozialen Code. Museen dienen dazu „bei den einen das Gefühl der Ausgeschlossenheit“ und bei den anderen „das Gefühl der Zugehörigkeit zu verstärken“.¹⁶⁰ In dieser Perspektive auf Kunst, wird Kunst als ein abgeschlossenes Werk gesehen, dem die RezipientInnen nichts mehr beisteuern können – lediglich sollten sie über den Code zur Entschlüsselung verfügen, da sie sonst zu jenen Bedauernswerten gehören, die dem Werk oder Objekt seine Bedeutung nicht entnehmen können. Es handelt sich hier durchaus um ein sehr elitäres Kunstverständnis, das die Beibehaltung sozialer Unterschiede sowie den elitären Charakter von Museen auf gewisse Weise legitimiert. Gleichzeitig wird Kunst, die partizipativ angelegt ist und ein neues Publikum gewinnen möchte, kritisiert oder belächelt.

Gerade wenn man sich mit der Zusammensetzung des Publikums von Museen – und insbesondere des Publikums von Ausstellungshäusern zeitgenössischer Kunst – auseinandersetzt, wird man nicht umhinkommen, sich mit Bourdieus Theorien auseinanderzusetzen, da sie scheinbar doch das Bild der Trennlinien und Zugehörigkeiten spiegeln, das nach wie vor in unserer Gesellschaft verankert ist. So befasst sich Zahner in ihrer Auseinandersetzung zu BesucherInnen und NichtbesucherInnen von Museen mit diversen Studien, die die Selektivität des Publikums zeitgenössischer Kunst thematisieren.¹⁶¹ Gerade im Bereich der zeitgenössischen Kunst sind AkademikerInnen vor allem geistes- und sozialwissenschaftlicher Richtungen überrepräsentiert. Mehrere von ihr erwähnte Studien, wie jene von Renz und Mandel aus dem Jahr 2010 mit dem Titel „Barrieren der Nutzung kultureller Einrichtungen“, kommen zu dem Schluss, dass ein Hauptgrund für den Nicht-Besuch zeitgenössischer Ausstellungen die Angst sei, das Gezeigte nicht decodieren und

158 Vgl. ebenda, S. 43.

159 Christiane SCHNELL, Der Kulturbetrieb bei Pierre Bourdieu, in: Jahrbuch für Kulturmanagement, 2010, S. 43–53, S. 48.

160 Pierre BOURDIEU, Zur Soziologie der symbolischen Formen, Frankfurt am Main 1974, S. 198.

161 ZAHNER, Selektivität des Publikums, S. 55–75.

begreifen zu können und sich dadurch zu langweilen oder minderwertig zu fühlen.¹⁶² Wie Bourdieu schon ausführt, führt der fehlende Code zu einer Frustration, die den Besuch von weiteren Ausstellungen verhindert und so die Trennlinien weiter vertieft. Dies bedeutet also, dass zeitgenössische Kunst eine exkludierende Wirkung hat. Das Problem mit dieser Theorie ist allerdings, wie Kemp ausführt, das „Container-Modell“, wie es bei Burkhard Michel genannt wird: „Der Künstler hat den einen Sinn in sein Werk versenkt, der Rezipient holt ihn möglichst unversehrt wieder heraus. Gedanken, dass Nachgeschichte die Wirkung verändert und bereichert und dass die Kunstwerke von sich aus ihre Rezeption steuern und auch an der Erziehung der Betrachter mitwirken, kommen nicht zur Anwendung.“¹⁶³

Aus der Sicht der ästhetischen Theorien hingegen, ist eine ästhetische Erfahrung auch ohne fundiertes theoretisches Grundwissen möglich. Es wird von einer individuellen Kunsterfahrung ausgegangen und die logisch-wissenschaftliche Herangehensweise wird nur als eine von unterschiedlichen möglichen Kunstrezeptionen angesehen. Die Zusammengehörigkeit von Kunstwerk und RezipientIn und die Überzeugung der Teilhabe der BetrachterInnen an der Kreation eines Kunstwerks sowie an der Produktion seiner Bedeutung sind essentiell.

In gewisser Weise sind gerade die Raumkunst sowie multisensorische Ausstellungen, die von KuratorInnen gestaltet werden, inkludierende Möglichkeiten der Präsentation, die Barrieren abbauen können. Tietenberg argumentiert, dass ganzkörperlich wahrnehmbare Raumkunst „weder die Kenntnis der Gattungen der Kunst noch der Herstellungstechniken voraussetzt“.¹⁶⁴ Weiters auch nicht „Codes“ für die Decodierung der Bedeutung. „Als körper- und gefühlsnahe Präsentationsform öffnet sie sich kunstfernen Schichten [...]. Insofern dürfte das Angebot einer – durchaus leiblichen – Teilhabe an der Kunst in Rauminstallationen erheblich zur Popularität der Kunstaussstellung in der zweiten Hälfte des 20. sowie im frühen 21. Jahrhundert beigetragen haben, scheint Partizipation doch zunächst einmal an nichts als an die körperliche Präsenz gebunden und damit mehr oder minder voraussetzungslos möglich zu sein.“¹⁶⁵

Die KünstlerInnen in Kapitel 3.1., Olafur Eliasson, Ernesto Neto und Hisako Inoue, arbeiten mit sehr unterschiedlichen künstlerischen Strategien und Emotionen. Gemeinsam ist ihnen jedoch eine multisensorische Ansprache, die niederschwellig ist und keine Vorkenntnisse voraussetzt. Ein Besuch der genannten Ausstellungen kann emotional und spannend sein, zum

162 Vgl. ebenda, S. 57–60.

163 KEMP, Betrachter, S. 44.

164 Vgl. ebenda.

165 Vgl. ebenda.

Nachdenken und Reflektieren anregen und auch Wissen vermitteln und zum Austausch mit dem Werk und anderen BesucherInnen einladen. Die Präsentationen frustrieren jedoch auf jeden Fall nicht aufgrund nicht-geleisteter Decodierung.

Im Sinne der Niederschwelligkeit sind multisensorische Werke und Displays häufig barrierefrei erfahrbar und können nicht nur unabhängig von Vorkenntnissen, sondern aufgrund der emotionalen, sinnlichen und körperlichen Ansprache, auch unabhängig von kognitiven und körperlichen Fähigkeiten erfahren werden. So ist Hisako Inoues Ausstellung (Kapitel 3.1.3.) unter anderem auch für blinde und sehbeeinträchtigte Menschen zugänglich, ohne, dass ein alternatives Angebot geschaffen werden müsste. Auch die Dauerausstellung des smac (Kapitel 3.3.1.) ist so angelegt, dass die multisensorischen Displayelemente für alle BesucherInnen nutzbar und interessant sind und kein Alternativangebot darstellen müssen. Die Ausstellung soll nach Möglichkeit mit allen Sinnen erlebbar sein.

4.2. AUSSTELLUNGEN ALS EVENTS – DIE DISNEYLANDISIERUNG VON KUNST UND KULTUR

In der Einleitung zu dieser Arbeit wurde bereits die aktuelle ICOM-Definition zitiert, die neben Studium und Bildung durch „materielle und immaterielle Zeugnisse“ auch das „Erleben“ ebendieser in den Vordergrund rückt.¹⁶⁶ Die Entwicklung hin zu einem Museum als Bereitsteller eines Erlebnisses birgt neue Möglichkeiten der BesucherInnenorientierung, auf die bereits eingegangen wurde, wird aber gleichzeitig scharf kritisiert. Daher soll an dieser Stelle der unübersehbare Wandel der Institution Museum hin zum Bereitsteller von Erfahrungen und Erlebnissen sowie die an diesem Wandel teils zurecht geübte Kritik diskutiert werden.

Die Gründe für die Verlagerung der Schwerpunkte von Objekt- zu BesucherInnenorientierung sind vielfältig und reichen von gesellschaftlichen, sozialen und ökonomischen Veränderungen bis hin zu technischen Entwicklungen und den damit verbundenen veränderten Sehgewohnheiten des Publikums. Prinzipiell kann der Wandel des Museums in Zusammenhang mit der globalen gesellschaftlichen Entwicklung in Richtung einer, unter anderem von Schulze thematisierten, Erlebnisgesellschaft gesehen werden, für die spannende und außergewöhnliche Freizeitaktivitäten immer wichtiger werden.¹⁶⁷

Wesentlich für diese Entwicklung war – gerade im deutschsprachigen Raum – definitiv der

¹⁶⁶ ICOM-Richtlinien.

¹⁶⁷ SCHULZE, Erlebnisgesellschaft.

gesellschaftliche und politische Wandel seit den 70er Jahren, als es einen Trend hin zu Chancengleichheit, Bildungsgleichheit, Demokratisierung und damit verbunden auch zum Wunsch der Sicherung einer „kulturelle[n] Versorgung für möglichst alle Bevölkerungsteile“ gab.¹⁶⁸ Seitdem wurden auch Begriffe, wie „Lernort“ und „Erlebnisort“ für Ausstellungen diskutiert und es kam zu einer zunehmenden BesucherInnenorientierung. Ein immer häufiger adressiertes Problem ist jedoch die Frage nach der Relevanz und der Wirtschaftlichkeit von Museen, da es trotz der neuen Museumsgründungen der letzten Jahrzehnte und der bestrebten Öffnung der Institution immer noch so ist, dass, wie Renz ausführt, lediglich eine „kleine, eher besser gebildete Gruppe der Bevölkerung“ das Stammpublikum von Kultureinrichtungen ausmacht.¹⁶⁹ Der zunehmende ökonomische und legitimatorische Druck auf Museen führt dazu, dass sie vermehrt in Konkurrenz zu anderen Institutionen und Freizeiteinrichtungen treten, mit denen sie sich den Pool der potentiellen BesucherInnen sowie der potentiellen Förderungen teilen müssen. Trotz des intensiven Interesses an Museen und Ausstellungen, das insbesondere seit den 70er Jahren immer größer wurde, ist die Begegnung mit Kunst und Kultur beziehungsweise der Ausstellungs- oder Museumsbesuch, wie Kemp meint, gerade im Hinblick auf ein junges Publikum – zu lediglich einer unter zahlreichen möglichen Freizeitaktivitäten geworden.¹⁷⁰ Er nennt dieses Publikum etwas polemisch „kulturelle Allesfresser“, die zwar nicht alles, aber definitiv mehr als früher „fressen“ und vor allem aus früher sehr streng getrennten Bereichen wählen.¹⁷¹ Wie Gersch treffend formuliert: „Gegenwärtige Ausstellungen finden in einem ausdifferenzierten Freizeitmarkt statt, in dem sie mit Freizeitparks, Shopping-Malls, Stadtfesten und virtuellen Schauplätzen [...] um die knappe Ressource „Aufmerksamkeit“ konkurrieren.“¹⁷² Durch den Erfolg anderer Freizeiteinrichtungen wächst auch die Erwartung an das Museum. Es hat sich eine Erlebnisgesellschaft und mit ihr zusammen ein Erlebnismarkt entwickelt, in dem das „Erleben des Lebens“ ins Zentrum gerückt ist.¹⁷³ Aus dem Wunsch möglichst viele der vor allem jungen „Allesfresser“ des Erlebnismarktes anzuziehen, orientieren sich auch Kunst- und Kulturschaffende an kommerziellen Gesichtspunkten und machen Museen zu „Orten der Eventkultur“, die „den Unterhaltungsbedürfnissen und Sehgewohnheiten eines sehr großen

168 HORNIG, Kunst im Museum, S. 17.

169 Thomas RENZ, Nicht-Besucher im Kulturbetrieb. Ein Überblick des aktuellen Forschungsstands und ein Ausblick auf praktische Konsequenzen der Publikumsforschung in Deutschland, in: Birgit MANDEL (Hg.), Teilhabeorientierte Kulturvermittlung, Bielefeld 2016, S. 61–78, S. 62.

170 KEMP, Betrachter, S. 134 und 145.

171 Ebenda.

172 GERSCH, Unverwechselbare Merkkorte, S. 6.

173 SCHULZE, Erlebnisgesellschaft, S. 33.

Publikums“ entsprechen müssen.¹⁷⁴ BesucherInnenzahlen gewinnen als quantitative Kennzahlen immer mehr an Bedeutung. Der Druck auf Museen, immer wieder kreative, mitreißende und neuartige Ausstellungen zu präsentieren, die ein neues, auch junges Publikum anziehen, wird immer größer und führt zu einer vermehrten Konzeption von Blockbuster-Ausstellungen. Rehberg beobachtet hier positiv, „niemand hätte in den 1950er Jahren gedacht, dass die Museen aufgrund veränderter gesellschaftlicher Bedürfnisse mit ihren seit den 1970er Jahren einsetzenden Großausstellungen und spektakulären, oft postmodernen und dekonstruktivistischen, Neubauten zu Motoren einer Eventkultur in der „Erlebnisgesellschaft“ werden würden.“¹⁷⁵ Und weiter: „Mit großen historischen Ausstellungen, gefolgt von kunsthistorischen Blockbusterpräsentationen, denen es gleichwohl an ausdifferenzierten, wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen nicht mangelte, erlangten die Museen die Aufmerksamkeit einer breiten Öffentlichkeit.“¹⁷⁶ Doch gerade diese spektakulären Neubauten und Großausstellungen sind es, die von anderer Seite scharf kritisiert werden und ExpertInnen den Kunst- und Kulturmarkt hinterfragen lassen. So Kraus sehr emotional über die Entwicklung großer Museen: „Vor Jahren hätte ich sie noch mit Tankern oder mit Containerschiffen verglichen, wegen ihrer immensen Speicherfähigkeit, heute scheint mir der Vergleich zu den riesigen Kreuzfahrtschiffen passender, die auf ihren zahlreichen Decks unterschiedliche Angebote beinhalten.“¹⁷⁷ Weiters führt er aus, dass die Anbiederung an den Markt und die BesucherInnen offenbar bisher noch nicht dazu geführt habe, dass die Notwendigkeit von Kunst und Kultur nicht mehr hinterfragt werde. Er zweifelt daher die Sinnhaftigkeit der Maßnahmen an und spricht gar von einem „permanenten Legitimationszwang“ und dem „grandiosen Scheitern des Kulturbetriebs, dem es nicht gelungen ist, ein breites gesellschaftliches Bewusstsein für die Selbstverständlichkeit von Kunst und Kultur, für deren Grundrecht auf Förderung und Freiheit zu schaffen“.¹⁷⁸ Trotz kostspieliger, kommerzieller und trivialisierender Großprojekte hat man also keine breite Akzeptanz in der Bevölkerung und der Politik erreicht. Es ist klar, dass Museen aufgrund begrenzter finanzieller Mittel nicht direkt mit Freizeiteinrichtungen wie Themenparks konkurrieren können. Dennoch wäre es eine verlorene Chance, nicht von gewissen Aspekten lernen zu wollen. Kaiser nennt hier insbesondere die Bereiche „Service, Marketing und

174 LOCHER, Die Kunst des Ausstellens, S. 41–62.

175 Karl-Siegbert REHBERG, Hort der Materialität in einer virtualisierten Welt. Überlegungen zu Chancen und Misere einer Erfolgseinstitution, in: Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen, Berliner Schriften zur Museumsforschung Volume 30 – Special Volume, Berlin 2016, S. 17–20, S. 17.

176 Ebenda.

177 KRAUS, Formate bestimmen Inhalte, S. 23.

178 Vgl. ebenda, S. 16 f.

Erlebnisdesign“.¹⁷⁹ Sie wünscht sich die Akzeptanz der Tatsache, dass Ausstellungen für ein Publikum gemacht werden, das auch erreicht werden sollte.¹⁸⁰ „[Es] ergibt sich die deutliche Forderung, dass auch der lustvollen Komponente in musealen Ausstellungen Raum gegeben werden sollte, wenn diese nicht nur ein elitäres Fachpublikum erreichen wollen. Die Berücksichtigung dieser sinnlichen Ebene führt dazu, Exponate nicht nur nach fachwissenschaftlichen Kriterien zu ordnen [...]“.¹⁸¹ Es geht meiner Ansicht nach darum, das Besondere der Museen – ihre Sammlungen – auf immer neuen Wegen zu transportieren und zugänglich zu machen.

Ein zusätzlicher Faktor, der bei der Thematik des Wandels des Museums zum Bereitsteller von Erlebnissen berücksichtigt werden muss, sind die veränderten technischen Gegebenheiten, die bereits in Kapitel 3.2. angeschnitten wurden. Wir leben in einer Zeit, in der sich die Sehgewohnheiten und Erwartungen verändert haben, in der alles vervielfältigt werden kann und man stets überall Zugriff auf Informationen, Abbildungen und auch Kopien von im Museum ausgestellten Originalobjekten hat. Die Legitimation des Museums als Wissenspeicher und Geschichtsvermittler hat längst Konkurrenz durch andere Medien, wie Fernsehen, Sachbücher und vor allem das Internet bekommen.¹⁸² „Die Medialisierung der Museen, die Ausrichtung der Museen auf die Bedürfnisse der Mediengesellschaft, eine veränderte Präsentation mit elektronischen Medien und die Präsenz in den Medien“, ist eine markante Tendenz der Entwicklung von Museen im 21. Jahrhundert.¹⁸³ Die Entwicklungen neuer Kommunikations- und Präsentationstechnologien beeinflussen die Rolle des Museums, die es seit den 1970ern verstärkt als Kommunikator einnimmt. Hageböling fragt sich, ob ein verändertes Medienverhalten, wie sie es vor allem bei jüngeren Menschen beobachtet, auch die Umsetzung neuer Ausstellungsgestaltungen und Ausstellungs-konzepte verlangt.¹⁸⁴ Narrative Erzählstrategien fließen längst in die Ausstellungsgestaltung ein; so ist es natürlich naheliegend, dass ein Wandel der vertrauten Narrationen auch zu einer veränderten Erwartungshaltung der BesucherInnen führt. Früher war diese Erwartungshaltung gegenüber Erzählsträngen lediglich von Literatur, Theater und Film geprägt, während heute zahlreiche Medien, wie Fernsehen, Computerspiele, Internet etc. eine Rolle spielen. Hageböling führt aus,

179 KAISER, Kulturhistorische Ausstellungen, S. 215 f.

180 KAISER, Kulturhistorische Ausstellungen, S. 216.

181 Vgl. ebenda, S. 218.

182 Kerstin SELLE, Szenographie als neues Gestaltungskonzept in Ausstellungen und Museen, München 2005, S. 2.

183 Hans-Ulrich THAMER, Das „zweite Museumszeitalter“. Zur Geschichte der Museen seit den 1970er Jahren, in: Bernhard GRAF, Volker RODEKAMP (Hg.), Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen, Berliner Schriften zur Museumsforschung, 30, Berlin 2016, S. 21–24, S. 22.

184 HAGEBÖLLING, Interaktive Dramaturgien, S. 258.

dass sich das Fernsehen beispielsweise bereits von der klassischen Erzählstruktur verabschiedet hat, was durch Werbeeinschaltungen, channel-hopping und das Parallelschauen von Sendung bedingt ist und natürlich auch die Aufmerksamkeitsspanne des heutigen Publikums beeinflusst.¹⁸⁵ Das Publikum setzt mittlerweile die Möglichkeit voraus, zwischen verschiedenen Erzählungen und Themen hin und her springen zu können, ist in der Lage assoziativ zu denken und auch mit komplexeren Strukturen umzugehen, als dies früher der Fall war. Man ist daran gewöhnt stets die Wahl zu haben und selbst über die investierten Zeitfrequenzen entscheiden zu können. Noch mehr trifft dies zu, wenn man von virtuellen Welten, Computerspielen und dem Internet ausgeht. Das Publikum ist ständig überflutet von Bildern, perfekten Aufnahmen, spektakulären Einstellungen und Perspektiven, spannenden Umschaltungen, die es auf gewisse Weise auch anspruchsvoller machen – beispielsweise was die Erwartung an ein Erlebnis, oder die Qualität von medialen Ergänzungen und Informationen sowie virtuellen Medien angeht. Gleichzeitig lässt sich hinterfragen, ob BesucherInnen nicht auch immer weniger in der Lage sind, sich einfach auf eine Erzählung und ein Originalobjekt zu konzentrieren, was eine Kritik an der Erlebnisstruktur zeitgenössischer Ausstellungen ist. Erst in Zukunft wird sich zeigen, welchen Einfluss eine „multimedial geprägte Wahrnehmung und die allgegenwärtige Verfügbarkeit digitalisierter Information durch portable Kommunikationsträger auf zukünftige Konzepte der Ausstellungsgestaltung“ haben werden.¹⁸⁶ Kaiser bringt als spannenden Aspekt ein, dass die „Informationsüberlastung“ ein Grund für die „Emotionalisierung“ unserer Gesellschaft sei und damit auch die Bedeutung des emotionalen Erlebens gesteigert würde.¹⁸⁷ Dies könnte unter anderem auch ein Grund für die positive Resonanz auf multisensorische Ausstellungen sein. Eine Tendenz der heutigen Erlebnisgesellschaft ist, dass Erlebnisse nicht nur erlebt, sondern auch festgehalten und möglichst zeitnah und repräsentativ geteilt werden müssen. So sind spektakulär wirkende Ausstellungen und Kunstwerke gern fotografierte und geteilte Ereignisse in den sozialen Medien, wie sich beispielsweise bei der Suche nach Olafur Eliasson und Ernesto Neto erkennen lässt. Gerade Abbildungen, bei denen BesucherInnen Teil des Werks sind und mit ihm interagieren, sind sehr begehrt. Wie bereits kurz im Zusammenhang mit Eliasson in Kapitel 3.1.1. angeschnitten wurde, wird kritisiert, dass sein Wunsch Werke zu schaffen, die BesucherInnen reflektieren, auch die Marke Museum und somit seine Kommerzialisierung vorantreibt. Im Grunde tritt das Publikum aber dennoch in Interaktion

185 Vgl. ebenda, S. 263.

186 Vgl. ebenda, S. 271.

187 KAISER, Kulturhistorische Ausstellungen, S. 212.

mit den Werken und nimmt an ihnen teil. Es ist keine museale Entwicklung, sondern eine gesellschaftliche Entwicklung, dass der Wunsch besteht, spannende Erlebnisse zu teilen. Auch der Werbeaspekt ist hierbei nicht zu unterschätzen, da ein neues Publikum durch die Bilder angesprochen werden kann. Ein weiterer häufiger Kritikpunkt, der mit den neuen technischen Möglichkeiten in Zusammenhang steht, ist die mögliche Entwertung oder Ersetzung des Originalobjekts – beispielsweise in Multimedia-Ausstellungen. Museen sehen sich in der schwierigen Situation heute nach Möglichkeiten suchen zu müssen, sich einerseits den Sehgewohnheiten der heutigen BesucherInnen anzupassen und ihren gesteigerten Erwartungen zu entsprechen und ihnen andererseits eine Museumserfahrung zu ermöglichen, die sie nicht zuhause oder andernorts erleben können. Dies zeigt, wie bereits in Kapitel 3 ausgeführt wurde, meines Erachtens durchaus, dass die Originalobjekte – jene Elemente der Ausstellung, die eben nur im Museum betrachtet und erfahren werden können – auch der Hauptfokus der Ausstellung bleiben, was nicht heißt, dass man sie nicht in eine spannende Narration und ein abwechslungsreiches Erlebnis verweben kann und sollte.

Immersive, multisensorische Ausstellungsdisplays, die Erlebnisse und Erfahrungen vermitteln möchten, werden jedoch häufig mit dem Vorwurf des Spektakels, der Disneylandisierung beziehungsweise Disneysierung und der Eventisierung von Kunst und Kultur in Zusammenhang gebracht. Viele Kunst- und Kulturschaffende befürchten eine Kommerzialisierung und Trivialisierung des Museums sowie die „Annäherung an kommerzielle Themenparks“ und sind nicht daran interessiert, Strategien kommerzieller Einrichtungen auf Kultureinrichtungen zu übertragen.¹⁸⁸ Hein behauptet, die Entwicklung sei bereits so weit vorangeschritten, dass das Zeigen von Objekten als die historische Mission von Museen gesehen werden kann: „But what is observed in the museum today is no longer unequivocally an object; objects have been reconstituted as sites of experience, and museums increasingly hold themselves accountable for delivering experiences.“¹⁸⁹ Es ist eine häufig geäußerte und auch nicht unbegründete Angst, dass die ursprünglich definierten Aufgaben des Museums, die sich in erster Linie um die Sammlung, Bewahrung und Erforschung von Objekten drehten, den neu hinzugekommenen Agenden, die mit der zunehmenden Orientierung an BesucherInnen und v.a. an ökonomischen Gesichtspunkten zu tun haben, weichen müssen. Durch den zunehmenden Druck, immer mehr spannende, wechselnde Ausstellungen für BesucherInnen bereitzustellen, treten die nicht-öffentlichkeitswirksamen Aufgaben zunehmend in den Hintergrund, sodass zu wenig Zeit für die tatsächliche

188 Vgl. ebenda, S. 12.

189 HEIN, Transition, S. 5; SELLE, Szenographie, S. 2.

Erforschung und Pflege der Sammlung bleibt. Eine Entwicklung die durchaus problematisch ist. Hein beschäftigt sich mit der Frage der Nachhaltigkeit der Investition in große museale Events und hinterfragt, dass neuartige Museumserfahrungen auf Dauer nicht profitabel bleiben könnten, da sie schnell wieder langweilig werden würden und es natürlich sehr aufwändig und kostspielig sei, die Museumserfahrungen und die Tools wieder zu verändern und zu erneuern.¹⁹⁰ Da die Besonderheit eines jeden Museums natürlich in erster Linie die Originalobjekte beziehungsweise Originalwerke sind, ist es eine besorgniserregende Entwicklung, dass für deren Pflege nach Meinung der Kunst- und Kulturschaffenden weder genügend zeitliche noch finanzielle Mittel vorhanden sind. Obwohl ich Museen durchaus auch als Dienstleister für die Öffentlichkeit sehe und mir auch einen Fokus auf die Ansprache eines diversen Publikums wünsche, lässt sich das Problem der sinkenden Zuwendungen für die Sammlung nicht relativieren. So urteilt auch Kraus scharf, dass die „klassische Dreiteilung der Museumsaufgaben – Sammeln, Forschen, Vermitteln – [...] längst einem Enter- oder Infotainment“ gewichen ist und sich die investierten Mittel nicht mehr nachhaltig auf die Sammlung und die Objekte auswirken würden.¹⁹¹ Dennoch bin ich der Ansicht, dass multisensorische Displays und Gestaltungsmethoden in Ausstellungen einfließen sollten und es sich hierbei nicht immer um kostspielige Großprojekte handeln muss, wie man anhand des Wien Museums (Kapitel 3.3.2.) erkennen kann. Was an Großevents zurecht kritisiert wird, muss also nicht gleichzeitig eine Kritik an multisensorischen Ausstellungen sein.

Krönig meint ebenfalls, Bildung habe heute gegen „Infotainment“ keine Chance mehr, adressiert neben der Kommerzialisierung insbesondere die Trivialisierung und kritisiert die aggressiven Marketingstrategien und die Tatsache, dass man von „Disney lernen“ müsse und Kultur und Kunst zur Ware gemacht werden würde.¹⁹² Weiters meint er, BesucherInnen wären mittlerweile eher zu KundInnen geworden, während die Museen selbst wie Unternehmen geführt und dadurch degradiert worden wären. „Die unbedingte Orientierung am Besucher [bedingt], dass neben aller Zugänglichkeit und kindgerechter Hängeweise das Schielen auf Besucherzahlen, ihr beständiges Wachsen und das Erreichen maximaler Aufmerksamkeit heute das Museumswesen bestimmt“.¹⁹³

Wie Kirchberg aus der Zeitschrift *Museumskunde* zitiert, befürchteten viele der führenden

190 HEIN, *Transition*, S. 147.

191 KRAUS, *Formate bestimmen Inhalte*, S. 15.

192 Jürgen KRÖNIG, *Kaufen kommt von Kunst. Die amerikanische Themenpark-Philosophie hält Einzug in Londoner Museen und andere Kultur-Institutionen*, in: *Zeit*, 1994, www.zeit.de/1994/48/kaufen-kommt-von-kunst (Stand: 02.04.2018).

193 Anke TE HEESEN, *Theorien des Museums. Eine Einführung*, Hamburg 2012, S. 187.

deutschen MuseumsmacherInnen bereits in den 90ern, ähnlich wie Krönig, den konsumorientierten Verfall des Museums: so fürchtet Meyer 1999 einen Bruch „zwischen Museum und (Stamm-)Publikum“, während Schneede Kritik daran übt, dass man sich am „Geschmack des Publikums in Fernsehstil“ orientiere.¹⁹⁴ Neben dem Begriff der Disneylandisierung ist für Kirchberg der häufig gefürchtete Wandel der Museen mit dem Schlagwort „McDonaldisierung“, das von Ritzer geprägt wurde, bestens beschrieben.¹⁹⁵ Ritzer definiert die McDonaldisierung der Gesellschaft als Prozess, der Prinzipien von Fastfood-Ketten auf die Gesellschaft überträgt. „The building block of McDonaldisation is Max Weber's concept of rationalization, which is the process of replacing traditional and emotional thought with reason and efficiency. Ritzer uses McDonald's as a metaphor for the over-rationalization of society. [...] Continued rationalization has led to sectors beyond the fast food industry becoming increasingly uniform and automated.“¹⁹⁶ Kirchberg kommt zu dem Schluss, dass der Prozess der McDonaldisierung sich auch bei Museen feststellen lässt, deren Prozesse rationalisiert und uniformiert werden.

Trotz dieser Feststellungen räumt er ein: „Die Legitimationsfrage der Museen ist angesichts der Herausforderung einer zunehmenden kommerziellen Konkurrenz eigentlich unausweichlich [...]“¹⁹⁷ Obwohl der Anspruch, Kunst und Kultur „für alle“ bereitzustellen, nicht erfüllbar ist, ist es doch so, dass Museen es sich heute mehr und mehr zur Aufgabe machen (müssen), ein diverses Publikum anzusprechen, was auch zu einer Demokratisierung der Einrichtungen und zur Verankerung von Kunst und Kultur im Leben des Publikums führen kann. Es gibt auch positive Aspekte dieser Entwicklungen. So meint Hornig, Blockbuster-Ausstellungen und Events könnten einen Personenkreis ansprechen, der sich in der Regel nicht für Kunst und Kultur begeistern kann und somit eine erste Annäherung jener initiieren, die „sich Setting-Vertrautheit nicht über erzieherisch erworbenes Kulturkapital aneignen konnten“.¹⁹⁸ Ein Potenzial niederschwelliger Veranstaltungen ist die Durchmischung des Publikums und die Demokratisierung des Zugangs – Aspekte, die seit den 70ern an Bedeutung zunehmen. Das Kulturangebot soll für eine möglichst breite Masse bereitgestellt werden und ist auch für eine breitere Masse zugänglich, als dies noch vor einigen Jahrzehnten der Fall war, was durchaus als positiver Aspekt des gesellschaftlichen Wandels betrachtet werden kann.

194 KIRCHBERG, Gesellschaftliche Funktionen von Museen, S. 50–52.

195 Vgl. ebenda, S. 52.

196 Intro to Sociology, URL: <https://study.com/academy/lesson/george-ritzer-and-mcdonaldization-of-society-definition-and-principles.html> (Stand: 02.04.2018).

197 KIRCHBERG, Gesellschaftliche Funktionen von Museen, S. 65.

198 HORNIG, Kunst im Museum, S. 136.

Wie Gaus und Drieschner es formulieren, sitzt die Diskussion um die Kommerzialisierung von Kunst und Kultur meist zwischen zwei polarisierenden Positionen fest: „Im Selbstverständnis der jeweiligen Gruppen steht das Museum der kulturellen Bewahrung und ästhetischen Sensibilisierung auf der einen Seite dem Museum für alle auf der anderen Seite gegenüber, das vielschichte sinnliche Erfahrungen möglich macht. Aus der gegnerischen Sicht werden öde Vitrinengalerien für ein längst nicht mehr existierendes Bildungsbürgertum imaginiert, denen Visionen von Museen gegenüber treten, welche durch Animationsschnickschnack ihre eigene Disneylandisierung betreiben.“¹⁹⁹

Natürlich müssen die Kommerzialisierung und der Wandel des Museums weiterhin thematisiert werden – auch, weil das Museum hier im Grunde als Spiegel der Gesellschaft dient. Doch ist diese Polarisierung in meinen Augen nicht fruchtbar, da sie die vielfältigen Möglichkeiten von Museumsgestaltungen im Grunde außer Acht lässt und sich nur darauf versteift, entweder die Erlebnisgesellschaft und die Anbiederung des Museums an die Erlebnisgesellschaft zu verteufeln, oder auf der anderen Seite zu unterstreichen, dass es aus ökonomischer und legitimatorischer Sicht notwendig ist, mittels attraktiver, auffallender Angebote BesucherInnen anzuziehen. Prinzipiell können Kultureinrichtungen aufgrund anderer finanzieller Voraussetzungen nicht mit anderen ErlebnisproduzentInnen konkurrieren und wollen dies meist auch nicht. Man sollte sich jedoch bewusst machen, dass man sich den BesucherInnenpool dennoch mit ihnen teilt. Der bereits vollzogene Wandel zur Erlebnisgesellschaft kann und soll natürlich von Kultureinrichtungen thematisiert werden, doch sollten sie dennoch daran interessiert sein, ein diverses Publikum anzusprechen, werden sie gewisse Elemente in ihre Arbeit integrieren müssen. Dies bedeutet nicht, dass sie zu Eventmaschinen werden sollen, doch man sollte sich neuen, anregenden, auch multisensorischen Präsentationsformen sowie neuen Technologien nicht verschließen, um den Status quo aufrechtzuerhalten, da dieser ebenso aufgrund seiner immer noch bestehenden Schwellenproblematik zu kritisieren ist.

199 Detlef GAUS, Elmar DRIESCHNER (Hg.), 'Bildung' jenseits pädagogischer Theoriebildung? Fragen zu Sinn, Zweck und Funktion der Allgemeinen Pädagogik, Wiesbaden 2010, S. 369 f.

RESÜMÉE

Museen und andere Kultureinrichtungen sehen sich heute mit zunehmenden ökonomischen und legitimatorischen Herausforderungen konfrontiert. Diese führen dazu, dass sie vermehrt in Konkurrenz mit anderen Freizeitanbietern treten und der „Erlebnisaspekt“ von Ausstellungen immer bedeutender wird. Museen sollen nicht mehr nur in erster Linie Objekte sammeln, bewahren, erforschen und präsentieren, sondern orientieren sich vermehrt an den Wünschen und Bedürfnissen von BesucherInnen, deren Erlebnisse während des Ausstellungsbesuchs im Fokus stehen. Durch die wachsende Bedeutung der Erlebnisproduktion in Museen, werden auch gestalterische Entscheidungen, was Display, Raum und Präsentation angeht, immer relevanter. Insbesondere gilt dies für Ausstellungen, die multisensorische, immersive und atmosphärische Erfahrungen ermöglichen.

Bereits im 20. Jahrhundert finden sich Beispiele für die künstlerische Auseinandersetzung mit BesucherInnen und Ausstellungsräumen. Die Geschichte der Moderne ist von Entgrenzungstendenzen, wie der Entgrenzung von Objekt- und Ausstellungsraum sowie Objekt- und Rezeptionsraum, geprägt, die noch heute relevant für multisensorische Ausstellungsgestaltungen sind. Raumpioniere, wie El Lissitzky, Kurt Schwitters, Friedrich Kiesler und Marcel Duchamp, setzten sich schon in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit der Kunstrezeption auseinander und schufen räumlich erfahrbare Kunstwerke und Displays, die BetrachterInnen mit einbezogen, Sehgewohnheiten in Frage stellten und eine neuartige, multisensorische und körperliche Erfahrung ermöglichten, die über die logisch-wissenschaftliche und visuelle Wahrnehmung hinaus ging. Auch spätere Entwicklungen ab den 50er Jahren waren durch eine intensive künstlerische Auseinandersetzung mit dem Raum und mit BetrachterInnen geprägt. Kunstrichtungen wie Performance Art und Happening, sowie Minimal Art und Institutionskritik inspirieren, ebenso wie frühere Raumpioniere, noch heute die Arbeit von KünstlerInnen, AusstellungsgestalterInnen, KuratorInnen und Szenografinnen. So zeigt die Analyse zeitgenössischer Ausstellungsbeispiele verschiedene aktuelle Möglichkeiten der multisensorischen, emotionalen Ansprache des Publikums. Neben Publikumsmagneten, wie Ausstellungen über und von Olafur Eliasson oder Ernesto Neto, gibt es auch Ausstellungen, die einen subtileren Einsatz multisensorischer und/oder immersiver Strategien aufweisen, wie kulturhistorische Ausstellungen im Wien Museum. Hier ist die Multisensorik nicht Fokus sondern Instrument. Gemeinsam ist ihnen, dass sie den erfahrbaren Raum zu einem Gesamtkunstwerk und Rundumerlebnis machen und die Grenzen zwischen

Objekt- und Rezeptionsraum auflösen. Möglichst alle verfügbaren Sinne und Emotionen werden angesprochen.

Im Allgemeinen lässt sich behaupten, dass der Wandel des Museums hin zu einem Bereitsteller von Erlebnissen, mit diversen gesellschaftlichen, sozialen, ökonomischen und technischen Entwicklungen, insbesondere seit den 70er Jahren, zusammenhängt. Die Entwicklung, die sowohl positive als auch negative Folgen hat, ist in Relation zu einer generellen Tendenz zur Erlebnisgesellschaft zu sehen. Wesentliche Kritikpunkte sind unter anderem die befürchtete Disneylandisierung, Trivialisierung und Kommerzialisierung von Kunst und Kultur sowie die Verschiebung der traditionellen Museumsaufgaben. Natürlich sind diese Aspekte nicht von der Hand zu weisen, da tatsächlich eine Verschiebung der Ressourcen hin zu den Bereichen innerhalb des Museums, die sich in erster Linie der Produktion von Ausstellungen, Werbemaßnahmen und BesucherInnen widmen, zu beobachten ist. Auch werden BesucherInnenzahlen immer bedeutender für die Akquise von Fördergeldern und somit auch für die Existenz der Museums. Dies kann dazu führen, dass weniger öffentlichkeitswirksame Aufgaben innerhalb eines Museums, wie die Pflege und Erforschung der Sammlung, sowie generell kleinere Institutionen weiter in den Hintergrund gedrängt werden. Nachdem die eigentlichen Besonderheiten von Museen aber ihre jeweiligen individuellen Sammlungen sind, die sie schlussendlich einerseits voneinander und andererseits auch von anderen Freizeitangeboten unterscheiden und die Teil des kollektiven Gedächtnisses einer Gesellschaft sind, ist dies natürlich eine besorgniserregende Entwicklung, der entgegengesteuert werden muss. Ebenso sollte auch die Kommerzialisierung von Kunst und Kultur thematisiert und kritisiert werden. Dennoch werden Museen nicht umhinkommen, sich mit wirtschaftlichen Aspekten auseinanderzusetzen und Strategien kommerzieller Einrichtungen – gerade im Hinblick auf die Publikumsansprache – in ihre Arbeit zu integrieren. Denn, obwohl es nicht nur darum gehen sollte, wieviele Menschen eine Ausstellung sehen, sondern auch darum, was sie aus dieser Ausstellung mitnehmen, sehe ich die zunehmende Orientierung an den Bedürfnissen von BesucherInnen, die sich auch in der Gestaltung multisensorischer Räume spiegelt, als durchaus positive Entwicklung. Multisensorische Ausstellungen stellen, durch die veränderte, auch sinnliche und körperliche Wahrnehmung, ein niederschwelliges Angebot dar und öffnen sich auch RezipientInnen, die nicht über den Wissensstand des elitären Fachpublikums verfügen, was ein weiterer Schritt in Richtung der Demokratisierung der Institution sein kann. BesucherInnen können Räume und

Objekte somit unabhängig von Vorwissen sowie von kognitiven und körperlichen Fähigkeiten erleben. Der Dialog zwischen Objekten und RezipientInnen, sowie zwischen den BesucherInnen wird gefördert. Erkenntnisse der Neurologie zeigen außerdem, dass multisensorische Strategien zu einer Intensivierung und Emotionalisierung eines Erlebnisses sowie zu einer länger im Gedächtnis verhafteten Erfahrung führen. Durch die Berücksichtigung verschiedener Lerntypen wird zudem der Bildungsaspekt gesteigert. Aus ökonomischer Sicht ist auch der Werbeeffect, der durch die Produktion immersiver, ästhetisch ansprechender Räume entsteht, nicht zu unterschätzen.

Ich bin zusammenfassend der Ansicht, dass multisensorische Ausstellungen, wie anhand von Beispielen gezeigt wurde, nicht immer kommerzielle Großevents sein müssen, sodass die Kritik an Spektakeln im Kunst- und Kulturbereich nicht zugleich eine Kritik an multisensorischen Strategien sein kann. Es hat sich gezeigt, dass es neben den Gemeinsamkeiten multisensorischer Displays und Werke, auch klare konzeptionelle Unterschiede gibt – so sind einige immersive Ausstellungen zugleich diskursiv und vermittelnd, während andere hauptsächlich über Effekte und nicht über Inhalte funktionieren. Eine generelle Beurteilung multisensorischer Räume ist demnach schwierig, da sie die Vielfalt multisensorischer Ausstellungen und auch die Vielfalt der Institutionen, in denen sie stattfinden, außer acht lassen würde. Spannend ist meines Erachtens nach insbesondere die subtilere Integration multisensorischer Strategien in Ausstellungsgestaltungen. Eine noch tiefergehende Analyse der spezifischen eingesetzten „Trigger“ multisensorischer und immersiver Displays und der dadurch angesprochenen Emotionen und Reaktionen, wäre interessant. Sowohl positive als auch unangenehme Effekte und Emotionen sowie ihre Wirkung im Ausstellungskontext könnten untersucht werden. Es hätte den Rahmen, dieser Auseinandersetzung gesprengt, doch ließe sich die Diskussion natürlich außerdem auf kleinere Kunsträume und Off-Spaces ausweiten, die auf einem anderen finanziellen Level spannende multisensorische Ausstellungen produzieren. Feststellen lässt sich jedoch auf jeden Fall, dass ästhetisch ansprechende, multisensorische, niederschwellige Ausstellungen auch über subtilere Ansätze funktionieren und zugleich immersive und diskursive Aspekte bedienen können.

Ich erachte die Polarisierung in der Diskussion jedenfalls für nicht sonderlich konstruktiv, da durch sie die vielseitigen Möglichkeiten und Ausrichtungen von Kultureinrichtungen und auch die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten multisensorischer Instrumente unbeachtet bleiben.

Spannenden Strategien, die sich leicht zugunsten einer positiveren Erfahrung für BesucherInnen in die Museumsarbeit integrieren lassen, sollten sich die Institutionen nicht verschließen. So sagt auch Schulze, die „Unterscheidung zwischen kommerzieller und authentischer Kunst wirkt manchmal wie ein Beschwörungsversuch der nichtkommerziellen Erlebnisanbieter.“²⁰⁰ Schließlich wäre auch die Beibehaltung des Status quo, oder die Rückkehr zu einem früheren Stand der Institution Museum, insbesondere hinsichtlich der Öffnung und Demokratisierung der Institutionen, nicht wünschenswert. Es sollte das Bestreben von Institutionen sein, jedem, der das Bedürfnis nach kultureller Teilhabe verspürt, auch die Möglichkeit dazu zu geben und auch das Bedürfnis danach auszulösen. Die Auseinandersetzung zeigt, dass multisensorische Instrumente einen Beitrag zur Demokratisierung der Institution Museum leisten können, wenn sie entsprechend eingesetzt werden. Vielmehr als die festgefahrene Diskussion bezüglich der Eventisierung und Disneylandisierung von Kunst und Kultur, ist daher relevant, welche Strategien für die Ausstellungsgestaltung eingesetzt werden können um thematisch spannende, diskursive und doch niederschwellige und abwechslungsreiche Ausstellungen zu kreieren, die nicht ausschließlich ein elitäres Fachpublikum ansprechen.

200 SCHULZE, Erlebnisgesellschaft, S. 423.

LITERATURVERZEICHNIS

Bücher, wissenschaftliche Artikel, Pressemeldungen

Madeleine BACHER, Kopf, Herz und Hand? Ja klar, aber..., in: Bündner Schulblatt, 2012, S. 4 f, https://edudoc.ch/record/106054/files/BS_2_APR12.pdf (Stand: 02.04.2018).

Sotirios BAHTSETZIS, Geschichte der Installation. Situative Erfahrungsgestaltung in der Kunst der Moderne, Dissertation Technische Universität Berlin 2005.

Walter BENJAMIN, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt am Main 1963.

Laura BIEGER, Ästhetik der Immersion. Raumerleben zwischen Welt und Bild. Las Vegas, Washington und die White City, Bielefeld 2007.

Pierre BOURDIEU, Zur Soziologie der symbolischen Formen, Frankfurt am Main 1974.

Gerd BRENDEL, Kunst serviert als Medienbrei, in: Deutschlandfunk, 2017, http://www.deutschlandfunk.de/ausstellung-in-berlin-kunst-serviert-als-medienbrei.807.de.html?dram:article_id=391937 (Stand: 02.04.2019).

Uwe R. BRÜCKNER, Raum als Gesamtkunstwerk – Ästhetik des Erlebens, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 283–292.

Mario CODOGNATO, Spiegel. Kaltes Wasser in deinem Rahmen gefroren, in: Francesca von HABSBURG, Agnes HUSSLEIN-ARCO, Daniela ZYMAN (Hg.), Baroque Baroque. Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung Baroque Baroque, 21. November 2015–6. März 2016, Winterpalais Wien, Wien 2015, S. 61–64.

Fritz EMSLANDER, Die dritte Dimension. Raumkonstruktionen bei Kasimir Malewitsch, Gustav Kluzis, Alexander Rodtschenko, El Lissitzky und Kurt Schwitters, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden 2008, S. 42–50.

Verena GAMPER, Zelle – Organ – Organismus. Ernesto Netos plastische Natur, in: Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau 2015, S. 72–92.

Detlef GAUS, Elmar DRIESCHNER (Hg.), 'Bildung' jenseits pädagogischer Theoriebildung? Fragen zu Sinn, Zweck und Funktion der Allgemeinen Pädagogik, Wiesbaden 2010.

Roman GEROLD, Stoclet-Fries als Virtual-Reality-Landschaft: "Klimt hätte das gefallen", in: Der Standard, 2018, <https://derstandard.at/2000073688160/Stoclet-Fries-als-Virtual-Reality-Landschaft-Klimt-haette-das-gefallen> (Stand: 02.04.2018).

Petra GERSCH, Unverwechselbare Merkorte. Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung, Bochum 2009.

Tatjana GORJATSCHEWA, Suprematismus und Konstruktivismus. Antagonismus und Ähnlichkeit, Polemik und Zusammenarbeit, in: Karola KRAUS (Hg.), Von der Fläche zum Raum. Malewitsch und die frühe Moderne, Baden-Baden 2008, S. 16–28.

Bernhard GRAF, Volker RODEKAMP (Hg.), Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen, Berliner Schriften zur Museumsforschung, 30, Berlin 2016.

Heide HAGEBÖLLING, Interaktive Dramaturgien – mediale Strategien in der Ausstellungs- und Museumsgestaltung. Zur Entwicklung gestalterischer Ansätze in der Ausbildung. Die mediale Inszenierung der Gegenstände: Szenographie in der Ausstellungsgestaltung, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 255–272.

Werner HANAK-LETTNER, Dramaturgie der Ausstellung. Über das Spiel zwischen Menschen und Dingen, Dissertation Universität Wien 2008.

Christine HAUPT-STUMMER, Display – ein umstrittenes Feld, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 93–100.

Hilde S. HEIN, The Museum in Transition. A Philosophical Perspective, Washington 2000.

Petra HORNIG, Kunst im Museum und Kunst im öffentlichen Raum: Elitär versus demokratisch?, Wiesbaden 2011.

Agnes HUSSLEIN-ARCO, Kunst soll Emotion auslösen, in: Francesca von HABSBURG, Agnes HUSSLEIN-ARCO, Daniela ZYMAN (Hg.), Baroque Baroque. Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung Baroque Baroque, 21. November 2015–6. März 2016, Winterpalais Wien, Wien 2015, S. 19.

Alexander JÜRGS, Virtual Reality im Museum. Wenn Dinosaurier zum Leben erwachen, in: Goethe Institut, 2017, <https://www.goethe.de/de/kul/bku/20949031.html> (Stand: 02.04.2018).

Lewis KACHUR, Displaying the Marvelous. Marcel Duchamp, Salvador Dali, and Surrealist Exhibition Installations, Massachusetts 2001.

Brigitte KAISER, Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen, Bielefeld 2006.

Wolfgang KEMP, Der explizite Betrachter, Konstanz 2015.

Volker KIRCHBERG, Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven, Wiesbaden 2018.

Mario KOPF, Friedrich Kiesler: Eine andere Galaxie, in: Kurier, 2016, <https://kurier.at/wohnen/friedrich-kiesler-eine-andere-galaxie/220.150.511> (Stand: 12.02.2017).

Stefan KRAUS, Formate bestimmen die Inhalte. Kunstbetrieb, Kunst und Kunstvermittlung, Budapest 2017.

Jürgen KRÖNIG, Kaufen kommt von Kunst. Die amerikanische Themenpark-Philosophie hält Einzug in Londoner Museen und andere Kultur-Institutionen, in: Zeit, 1994, www.zeit.de/1994/48/kaufen-kommt-von-kunst (Stand: 02.04.2018).

Hubert LOCHER, Die Kunst des Ausstellens. Anmerkungen zu einem unübersichtlichen Diskurs, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 41–62.

Alexandra MATZNER, Ernesto Neto. Eine Ausstellung in Krems und Wien, in: Parnass Kunstmagazin, 2, 2015, S. 140 f.

Maurice MERLEAU-PONTY, Die Phänomenologie der Wahrnehmung, Berlin 1966/1974.

Thomas MIESSGANG, Idylle und Katastrophe. Das Erbe von Tropicália in der Kunst von Ernesto Neto, in: Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau 2015, S. 58–71.

Stephan Vincent NÖLKE, Christiane GIERKE, Das 1x1 des multisensorischen Marketings. Multisensorisches Branding: Marketing mit allen Sinnen. Umfassend, unwiderstehlich, unvergesslich, Köln 2011.

Katja NOLTZE, Dialog Kunst – Raum. Situative Innenrauminstallation als Wahrnehmungsangebot und Lernort, Bamberg 2005.

Brian O'DOHERTY, Inside the White Cube, in: Brian O'DOHERTY, Inside the White Cube, Berlin 1996, S. 1–32.

Stefan PAUL, Kommunizierende Räume. Das Museum, in: Zeithistorische Forschungen, 2005, <https://www.zeithistorische-forschungen.de/sites/default/files/medien/material/Paul-KommunizierendeRaeume.pdf?language=de> (Stand: 02.04.2018).

Nancy PERLOFF, Brian REED, *Situating El Lissitzky, Vitebsk*, Berlin, Moskau 2003.

Juliane REBENTISCH, *Ästhetik der Installation*, Frankfurt am Main 2003.

Karl-Siegbert REHBERG, *Hort der Materialität in einer virtualisierten Welt. Überlegungen zu Chancen und Misere einer Erfolgseinrichtung*, in: Bernhard GRAF, Volker RODEKAMP (Hg.), *Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen*, Berliner Schriften zur Museumsforschung, 30, Berlin 2016, S. 17-20.

Thomas RENZ, *Nicht-Besucher im Kulturbetrieb. Ein Überblick des aktuellen Forschungsstands und ein Ausblick auf praktische Konsequenzen der Publikumsforschung in Deutschland*, in: Birgit MANDEL (Hg.), *Teilhabeorientierte Kulturvermittlung*, Bielefeld 2016, S. 61-78.

Magdalena REUSS, *Barocke Erleuchtung*, in: *thegap*, 2015, <http://thegap.at/barocke-erleuchtung/> (Stand: 30.12.2016).

David RICHARDT, *Merzbau*, in: Ingrid BRUGGER, Siegfried GOHR, Gunda LUYBES (Hg.), *Schwitters*, Wien 2003, S. 279.

Martin ROTH, *Scenografie – Zur Entstehung von neuen Bildwelten im Themenpark der Expo 2000*, in: *Museumskunde*, 66 1, 2001, S. 25–32.

Mirjam SCHAUB, *Barocker Purismus. Spiegel als elementare, optische Maschinen im Werk von Olafur Eliasson*, in: Francesca von HABSBURG, Agnes HUSSLEIN-ARCO, Daniela ZYMAN (Hg.), *Baroque Baroque*. Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung *Baroque Baroque*, 21. November 2015–6. März 2016, Winterpalais Wien, Wien 2015, S. 83–122.

Nina SCHEDLMAYER, *Das verfluchte Erbe*, *artmagazine*, 2015, in: <http://www.artmagazine.cc/content85898.html> (Stand: 02.04.2018).

Katharina SCHLÜTER, *Installationen: Systeme im Raum*, Dissertation Universität Hamburg 2008.

Peter J. SCHNEEMANN, Wenn Kunst stattfindet! Über die Ausstellung als Ort und Ereignis der Kunst. Polemik oder Apotheose?, in: Kai-Uwe HEMKEN (Hg.), Kritische Szenographie. Die Kunstaussstellung im 21. Jahrhundert, Bielefeld 2015, S. 63–85.

Christiane SCHNELL, Der Kulturbetrieb bei Pierre Bourdieu, in: Jahrbuch für Kulturmanagement 2010, S. 43–53.

Angelika SCHODER, Kultur mit allen Sinnen. Wie lässt sich Barrierefreiheit im Museum ermöglichen?, in: Musermeku, 2017, <https://musermeku.org/2017/11/01/barrierefreiheit-im-museum/> (Stand: 17.03.2018).

Gerhard SCHULZE, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main 2005.

Kerstin SELLE, Szenographie als neues Gestaltungskonzept in Ausstellungen und Museen, München 2005.

Katrin SIMONS, El Lissitzky. Proun 23N oder der Umstieg von der Malerei zur Gestaltung, Frankfurt am Main 1993.

Florian STEININGER, Kurt Schwitters. Leben und Werk, in: Ingrid BRUGGER, Siegfried GOHR, Gunda LUYBES (Hg.), Schwitters. Anlässlich der Ausstellung Schwitters, Kunstforum Wien, 15. März bis 16. Juni 2002, Wien 2003.

Maggie Burnette STOGNER, The Immersive Cultural Museum Experience – Creating Context and Story with New Media Technology, in: The International Journal of the Inclusive Museum, 3/3, 2011, <http://museum-journal.com/> (Stand: 30.12.2016).

Anke TE HEESSEN, Theorien des Museums. Eine Einführung, Hamburg 2012.

Hans-Ulrich THAMER, Das „zweite Museumszeitalter“. Zur Geschichte der Museen seit den 1970er Jahren, in: Bernhard GRAF, Volker RODEKAMP (Hg.), Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen, Berliner Schriften zur Museumsforschung, 30,

Berlin 2016, S. 21–24.

Anette TIETENBERG, Von Geschmack und Gefühl. Die Kunstaussstellung als mediale Inszenierung des emotionalen Selbst, in: Kunsturteil, 235, 2015, <https://kunstforum.de/lesen/artikel.aspx?a=235111> (Stand: 02.04.2018).

Mark WIGLEY, Discursive versus Immersive. The Museum is the Massage, in: Stedelijk Studies, 4, 2016, S. 1–11, https://www.stedelijkstudies.com/beheer/wp-content/uploads/2016/07/Stedelijk-Studies_Discursive-versus-Immersive_Wigley.pdf (Stand: 02.04.2018).

Hans-Peter WIPPLINGER, Ernesto Neto. Katalog zur Ausstellung Ernesto Neto Kunsthalle Krems, 19. Juli bis 1. November 2015, Krems an der Donau 2015.

Nina Tessa ZAHNER, Die Selektivität des Publikums zeitgenössischer Kunst als Herausforderung für die Rezeptionstheorie Pierre Bourdieus?, in: Jahrbuch für Kulturmanagement, 2010, S. 55–75.

Sonstige Online-Ressourcen:

Duden, Ästhetik, URL: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/ästhetik> (Stand: 02.04.2018).

Duden, Rezeption, URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rezeption> (Stand: 02.04.2018).

ICOM-Richtlinien, 2010, URL: <http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-museumsdefinition.php> (Stand: 02.04.2018).

Intro to Sociology, URL: <https://study.com/academy/lesson/george-ritzer-and-mcdonaldization-of-society-definition-and-principles.html> (Stand: 02.04.2018).

Jüdisches Museum Berlin, Libeskind-Bau, URL: <https://www.jmberlin.de/libeskind-bau> (Stand: 17.05.2018).

MAK, Klimt's Magic Garden, 2018, URL: https://www.mak.at/klimt_magicgarden (Stand: 02.04.2018).

Menschenrechtserklärung, URL: <https://www.menschenrechtserklaerung.de/kultur-3689/> (Stand: 02.04.2018).

smac, Leitbild, URL: <https://www.smac.sachsen.de/ueberuns-leitbild.html> (Stand: 02.04.2018).

Tactile Studio, smac, 2017, URL: <http://tactilestudio.de/smac-staatliches-museum-fuer-archaeologie-chemnitz-chemnitz-2017/> (Stand: 02.04.2018).

Villa Stuck, Ausstellung, Hisako Inoue 2017, URL: <http://www.villastuck.de/ausstellungen/2017/ricochet11/ausstellung.htm> (Stand: 02.04.2018).

Villa Stuck, Index, Hisako Inoue 2017, URL: <http://www.villastuck.de/ausstellungen/2017/ricochet11/index.htm> (Stand: 02.04.2018).

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 5, 14, 15, 16, 17: Eigene Aufnahmen.

Abb. 1: in: Christiane BERNDES, Replicas and Reconstructions in Twentieth-Century Art, Tate Papers, 8, URL: <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/08/replicas-and-reconstructions-in-twentieth-century-art> (Stand: 19.02.2017).

Abb. 2: in: Karin ORCHARD, Kurt Schwitters: Reconstructions of the Merzbau, Tate Papers, 8, URL: <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/08/kurt-schwitters-reconstructions-of-the-merzbau> (Stand: 16.03.2018)

Abb 3: in: Reesa GREENBERG, Remembering Exhibitions: From Point to Line to Web, Tate Papers, 12, URL: <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/12/remembering-exhibitions-from-point-to-line-to-web> (Stand: 19.02.2017).

Abb. 4: in: David HOPKINS, Duchamp, Childhood, Work and Play: The Vernissage for First Papers of Surrealism, New York 1942, Tate Papers, 22, URL: <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/22/duchamp-childhood-work-and-play-the-vernissage-for-first-papers-of-surrealism-new-york-1942> (Stand: 19.02.2017).

Abb. 6 und 7: in: 21er Haus, Baroque Baroque. Olafur Eliasson, URL: <https://www.21erhaus.at/olafur-eliasson-baroque-baroque> (Stand: 19.02.2017).

Abb. 8: in: Nina SCHEDELMAYER, Ernesto Neto, Das verfluchte Erbe, 2015, artmagazine, URL: <http://www.artmagazine.cc/content85898.html> (Stand: 16.03.2018).

Abb. 9 und 10: in: Alexandra MATZNER, Ernesto Neto. Werke. Räume, Gerüche, Zellstrukturen, 2015, art in words, URL: https://artinwords.de/ernesto-neto/ernesto-neto_paxpa_there_is_a_forest_2014/ (Stand: 16.03.2018).

Abb. 11 und 12: in: Ines WAGNER, Bibliothek der Gerüche, 2017, kultur vision aktuell, URL: <http://www.kulturvision-aktuell.de/bibliothek-der-gerueche-hisako-inoue-ausstellung-villa-stuck-muenchen-2017/> (Stand: 17.03.2018).

Abb. 13: in: MAK, Klimt's Magic Garden. A Virtual Reality Experience by Frederick Baker, URL: https://www.mak.at/klimt_magicgarden (Stand: 10.04,2018).

Abb. 18: in: Highlight-Web, smac Chemnitz: High-tech-Material im Archäologie-Museum, URL: <http://www.highlight-web.de/uploads/pics/150203-smac-archaeologisches-museum-chemnitz-2.jpg> (Stand: 10.04.2018).

Abb 19: in: Thomas HAMANN, Ganz Wien. Eine Pop-Tour, 2017, URL: <http://hamann.at/ausstellungen/ganz-wien/> (Stand: 10.04,2018).

Abb. 20: in: Wien Museum, Geteilte Geschichte. Viyana – Beč – Wien, 2018, URL: <https://www.wienmuseum.at/de/aktuelle-ausstellungen/ansicht/geteilte-geschichte-viyana-berlin-wien.html> (Stand: 10.04,2018).

Abb. 21: in: Jüdisches Museum Berlin, Libeskind-Bau, URL: <https://www.jmberlin.de/libeskind-bau> (Stand: 17.05.2018).

ABBILDUNGEN



Abb. 1: El Lissitzky, „Prounenraum“ 1923, Rekonstruktion 1971. Foto: Tate.

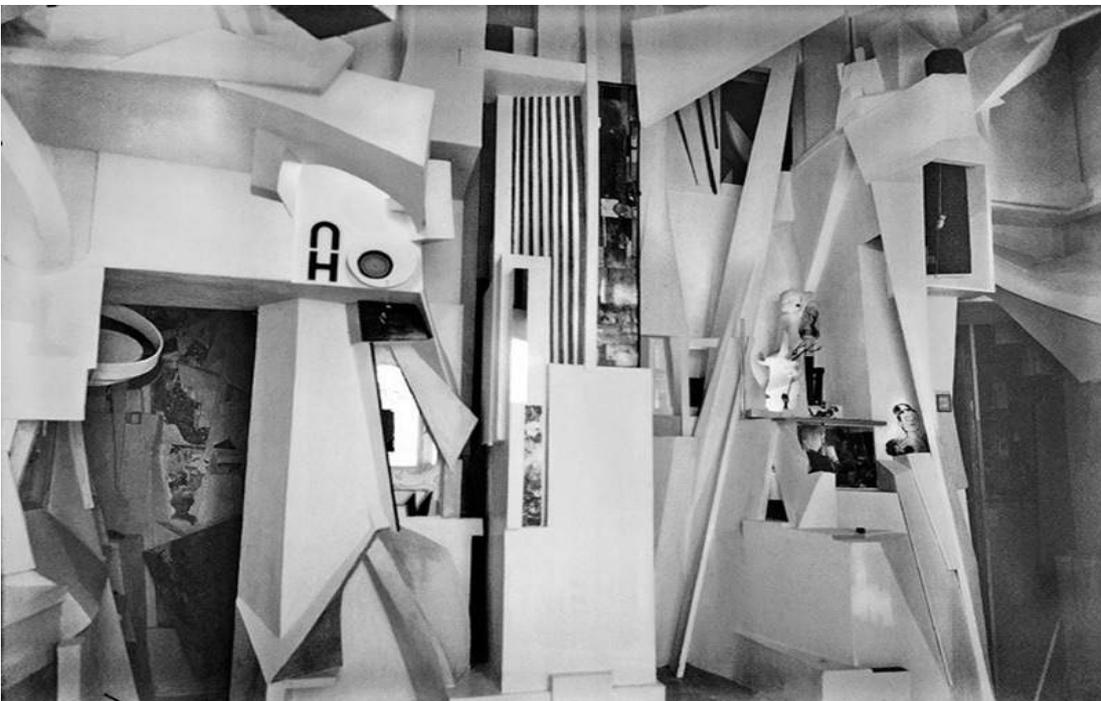


Abb. 2: Kurt Schwitters, „Merzbau“, 1933. Foto: Wilhelm Redemann.



Abb. 3: Friedrich Kiesler, „Art of This Century“, Rekonstruktion. Foto: Tate.

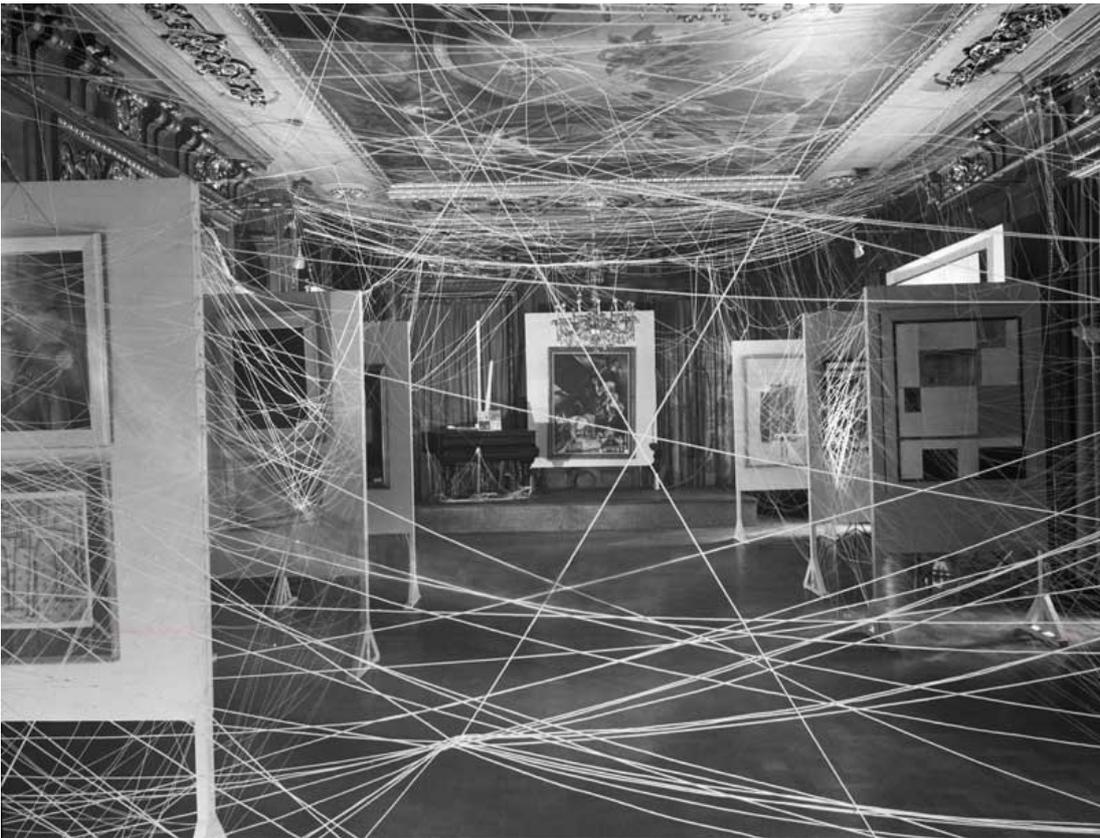


Abb. 4: Marcel Duchamp, „Sixteen Miles of String“, „First Papers of Surrealism“, Reid mansion, 1942. Foto: John D. Schiff.



Abb 5: Olafur Eliasson, „Yellow Corridor“ 1997, 2015, „Baroque Baroque“, Winterpalais Belvedere, Wien. Foto: Eigene Aufnahme.

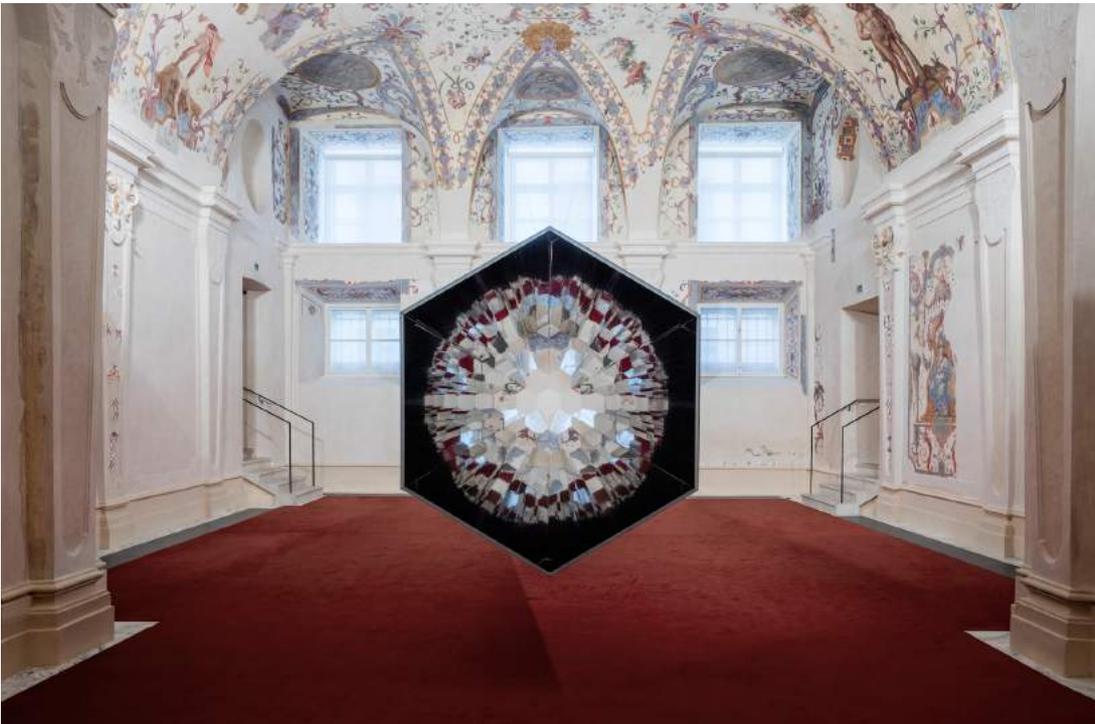


Abb. 6: Olafur Eliasson, „Kaleidoscope“ 2001, 2015, „Baroque Baroque“, Winterpalais Belvedere, Wien. Foto: Belvedere/21er Haus.



Abb. 7: Olafur Eliasson, 2015, „Baroque Baroque“, Winterpalais Belvedere, Wien. Foto: Belvedere/21er Haus.



Abb. 8: Ernesto Neto, „Esqueletos Glóbulos“, 2001, 2015, Kunsthalle Krems. Foto: Nina Schedelmayer.



Abb. 9: Ernesto Neto, „em U-Ventre“, 2012, 2015, Kunsthalle Krems. Foto: Alexandra Matzner.

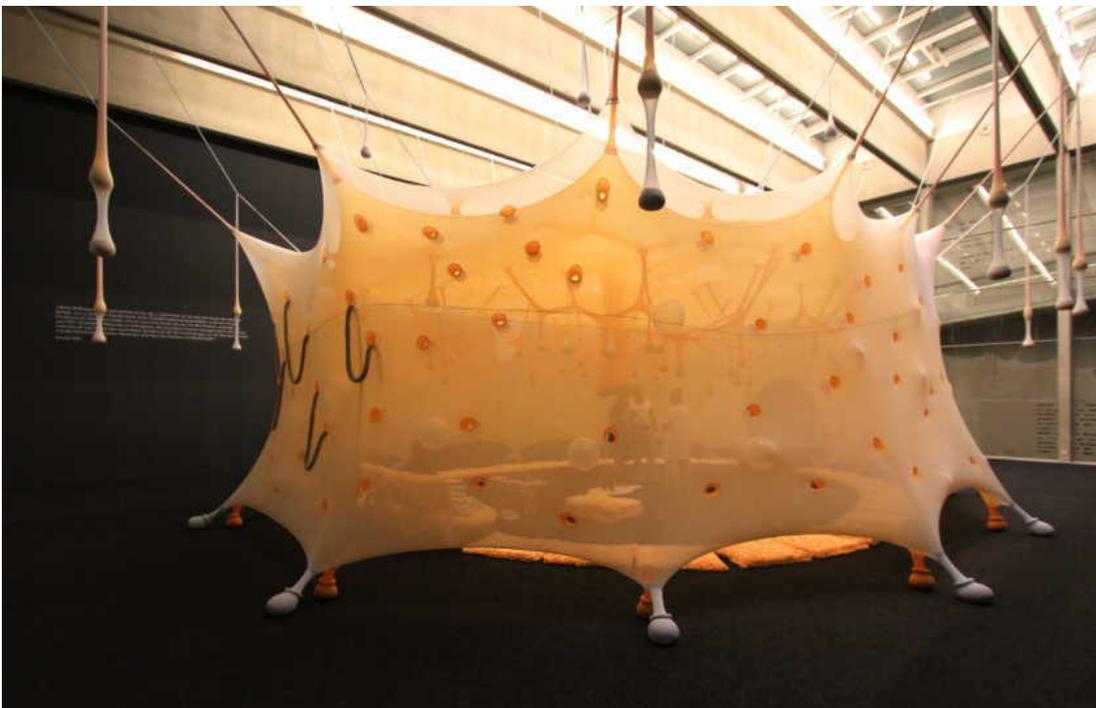


Abb. 10: Ernesto Neto, „Paxpa There is a Forest Encantada Inside of Us“, 2001, 2015, Kunsthalle Krems. Foto: Alexandra Matzner.



Abb 11.: Hisako Inoue, Die Bibliothek der Gerüche, 2017/18, Villa Stuck München. Foto: Ines Wagner.



Abb. 12: Hisako Inoue, Die Bibliothek der Gerüche, Begehbarer Kubus, 2017/18, Villa Stuck München. Foto: Ines Wagner.



Abb. 13: „Klimt's Magic Garden“, Frederick Baker, 2018, Museum für Angewandte Kunst Wien.
Foto: MAK/Mona Heiß.

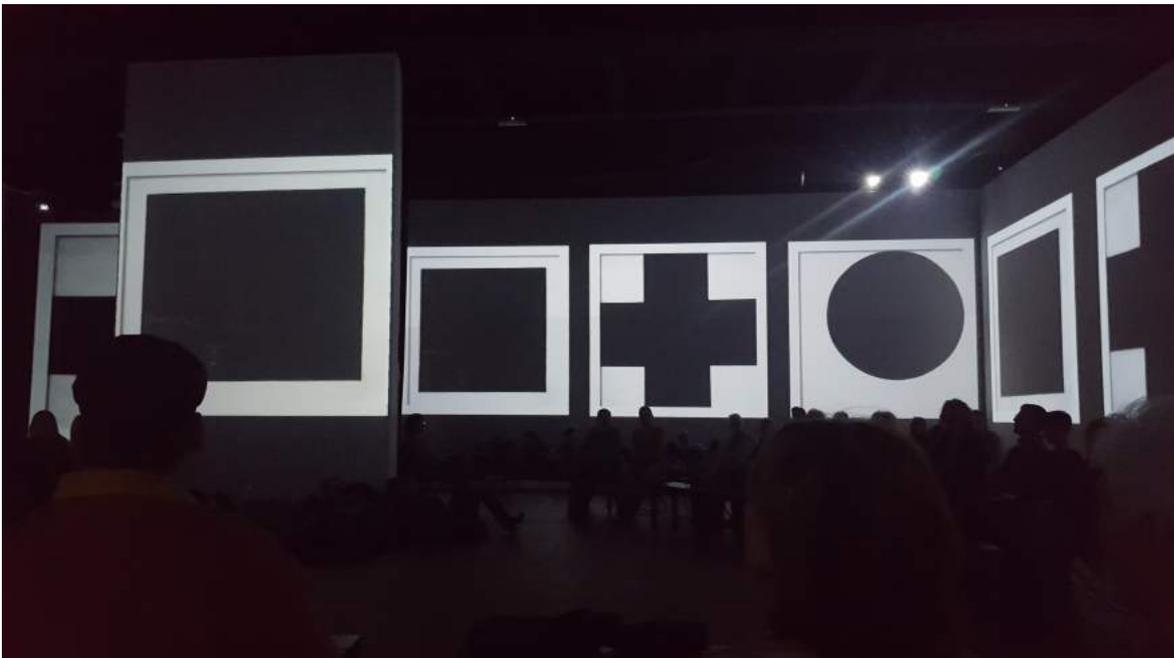


Abb. 14: „Von Monet bis Kandinsky. Visions Alive“, Alte Münze Berlin, 2018. Foto: Eigene Aufnahme.



Abb. 15: „Von Monet bis Kandinsky. Visions Alive“, Alte Münze Berlin, 2018. Foto: Eigene Aufnahme.



Abb. 16: Dauerausstellung smac, 2018. Foto: Eigene Aufnahme.



Abb. 17: Dauerausstellung smac, 2018. Foto: Eigene Aufnahme.



Abb. 18: Dauerausstellung smac. Foto: smac/László Farkas.



Abb. 19: „Ganz Wien. Eine Pop-Tour“, 2017, Wien Museum. Foto: Thomas Hamann.



Abb. 20: „Geteilte Geschichte. Viyana – Beč – Wien“, 2017, Wien Museum. Foto: Klaus Pichler.



Abb. 21: „Schalechet“, Menashe Kadishman, 2018, Libeskind-Bau, „Void“, Jüdisches Museum Berlin. Foto: Jens Ziehe.

LEBENS LAUF

MAG. PHIL. KARINA KARADENSKY, BA

Geboren am/in: 31.01.1987/Wien

Ausbildung:

- 10/2016 – 06/2018 /**ecm EDUCATING CURATING MANAGING**, Masterlehrgang für Ausstellungstheorie und -praxis an der Universität für angewandte Kunst Wien
Master Thesis: Ausstellungsräume als multisensorische Erlebnisse – Zwischen Disneylandisierung und Demokratisierung
Ausstellungsprojekt: FUTURE undone – Eine Versuchsanordnung über die Zukunft des Museums und das Museum der Zukunft
- 03/2007 – 06/2012 **ENGLISH AND AMERICAN STUDIES** an der Universität Wien
Abschluss: **Bachelor of Arts (BA)**
- 10/2005 – 05/2011 **KUNSTGESCHICHTE** an der Universität Wien und dem University College Dublin
Abschluss: **Magistra der Philosophie (Mag.phil.)**, mit Auszeichnung bestanden
Diplomarbeit: Zeitgenössische Kulturbauten als „Flaggschiffe“ urbaner Regeneration am Beispiel der Salford Quays im Großraum Manchester

Berufserfahrung:

- 11/2015 – 05/2018 **BROADWAY CONNECTION**, Leitendes Office Management und Assistenz der Geschäftsleitung
- 09/2015 – 10/2015 **GALERIE ERNST HILGER**, Veranstaltungsmitarbeit
- 01/2015 – 06/2015 Auslandsaufenthalt in Asien, Australien und Neuseeland
- 06/2011 – 12/2014 **DOROTHEUM**, Fachberatung für Bilder und Antiquitäten
- 04/2011 – 05/2012 **ART:PHALANX**, Freie Mitarbeit
- 02/2010 – 07/2010 **INSTITUT FÜR KULTURKONZEPTE**, Praktikum
- 09/2009 – 12/2009 **IWM** Institut für die Wissenschaften vom Menschen, Praktikum
- 05/2009 – 08/2009 **MOYA** Museum of Young Art, Praktikum
- 06/2009 **EIKON** Internationale Zeitschrift für Fotografie und Medienkunst, Praktikum