

AUDIELLE INFORMATIONSMEDIEN IN MUSEEN UND AUSSTELLUNGEN

Hat der Audio Guide Zukunft ?

Master- Thesis Arbeit

Universitätslehrgang „ECM- Exhibition and Cultural Communication Management“

Universität für angewandte Kunst Wien

Institut für Kunst und Kulturwissenschaft – Kunstpädagogik

Eingereicht von
Elisabeth Penzias
Pyrker gasse 21/!4
1190 Wien

Begutachter:
HR Mag. Peter Donhauser
ECM, Institut für Kultur und Kulturwissenschaft- Kunstpädagogik
Universität für angewandte Kunst Wien

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	4
a. Die Entwicklung von Audioführungen in Museen	
a.1. Die Situation in den achtziger Jahren in Europa	5
a.2. Die Situation in den achtziger Jahren in den USA	5
a.3. Die ersten Audioführungs-Konzepte in Berlin	6
b. Der Auftritt der herangezogenen audiellen Informationsmedien auf den Museen- und Ausstellungs- Webseiten	
b.1. In der Antikensammlung des Kunsthistorischen Museums Wien	7
b.2. In der Ausstellung „Impressionisten“ im Leopold Museum im Wiener Museumsquartier	7
b.3. In der Ausstellung MOZART. Experiment Aufklärung	8
b.4. In den Sammlungen des Lentos, Kunstmuseum Linz	8
b.5. In den Staatlichen Museen Berlin, Antikensammlung	8
b.6. In der Ausstellung „1945 – Der Krieg und seine Folgen, Kriegsende und Erinnerungspolitik in Deutschland“	8
b.7. Im Museu Maritim Barcelona, Das Schifffahrtsmuseum	9
b.8. In der Fundació Mirò, Barcelona	9
c. Die ambivalente Rolle eines Audio-Guide in Museen und Ausstellungen zwischen Klischee und innovativem Anforderungsprofil	
c.1. Das Klischee vom schlechten und/oder komplizierten Gerät.....	10
c.2. Das Vorurteil vom langweiligen Text	10
c.3. Die Position des Audio-Guide	11
I. EXEMPLARISCHE ANALYSE DER AUSGEWÄHLTEN BEISPIELE	
I.1. In der Antikensammlung des Kunsthistorischen Museums Wien, Hörprotokoll v. Nov.2005.....	12
I.2. In der Ausstellung „Impressionisten“ im Leopold Museum im Wiener Museumsquartier, Hörprotokoll v.24.11.2005.....	14
I.3. In der Ausstellung MOZART. Experiment Aufklärung, Hörprotokoll v. 03.05.2006	17
I.4. In den Sammlungen des Lentos, Kunstmuseum Linz, Hörprotokoll v.03.04.2006	18
I.5. In den Staatlichen Museen Berlin, Antikensammlung (Pergamon Museum) und Vorderasiatisches Museum auf der Museumsinsel, Hörprotokoll v. 30.05.2005	20

I.6.	In der Ausstellung „1945 – Der Krieg und seine Folgen, Kriegsende und Erinnerungspolitik in Deutschland“, Hörprotokoll v. 29.05.2005	22
I.7.	Im Museu Maritim Barcelona, Das Schifffahrtsmuseum, Hörprotokoll v. 29.03.2006	23
I.8.	In der Fundació Mirò, Barcelona, Hörprotokoll v. 31.03.2006	24

II. RECHERCHE UND AUSARBEITUNG DER BEISPIELTEXTE IN DEN MUSEEN UND AUSSTELLUNGEN

II.1. Die Zusammenarbeit im Team

II.1.1.	Lentos Kunstmuseum Linz und Antenna Audio	26
II.1.2.	zwischen dem Da Ponte Institut und dem Museum der Wiener Albertina im Rahmen der Ausstellung „MOZART. Experiment Aufklärung“	27

II.2. Die Anforderungen an die Textgestaltung 28 |

II.2.1.	Die Stimme	29
II.2.2.	Der Text	30
II.2.3.	Zahlen, Daten, Fremdworte und Fachvokabel	32
II.2.4.	Regionale Sprachgewohnheiten	32
II.2.5.	Bilder im Text entstehen lassen	33
II.2.6.	Fragen setzen	33
II.2.7.	Der Effekt der Schule des Sehens	34
II.2.8.	Gemeinsam erarbeiten	34

II.3. Die Anforderungen an die Hörqualität

II.3.1.	Die Aufnahmequalität	35
II.3.2.	Die Regiearbeit	35
II.3.3.	Der Schnitt	36

III. DAS HANDLING DER GETESTETEN AUDIO-GUIDE GERÄTE VON ESPRO, ARTEX UND ANTENNA AUDIO BERLIN

III.1.	Die Anforderungen an den Hörkomfort	37
III.2.	Die Anforderungen an O-Ton-Einspielungen	37
III.3.	Die Anforderungen an Klangmaterial und Geräusche	37

IV. ZUSAMMENFASSUNG UND AKTUELLE BEOBACHTUNGEN

IV.1.	Audielle Informationen als „Lesebrille“?	38
IV.2.	Audielle Anregungen als Eroberungs-Werkzeug	39
IV.3.	Der Audio-Guide als Orientierungshilfe	40

Anhang

a. Transkription der geführten Gespräche

a.1. Das Gespräch mit Dr. Eva Wesemann, Antenna Audio Berlin geführt am 08. Mai 2006.....	42
a.2. Das Gespräch mit Dr. Elisabeth Nowak-Thaller und Dr. Angelika Gillmayr, Lentos Kunstmuseum Linz, geführt am 03. April 2006	44
a.3. Das Gespräch am Da Ponte Institut, mit Dr. Herbert Lachmayer und Dr. Reinhard Eisendle geführt am 03. Mai 2006	50
a.4. Das Telefongespräch mit Mag. Natalie Lettner, Textredaktion am KHM Wien, geführt am 03. Mai 2006.....	51
b. Literatur	53

EINFÜHRUNG

Der erste Gedanke zu dieser Arbeit galt ursprünglich einem quantitativen Überblick über alles, was in Museen und Ausstellungen auf die Frage nach einem Audio-Guide angeboten wird. Damals war noch nicht klar gewesen, dass die Entwicklung auf dem Tonträgermarkt immer mehr Institutionen dazu ermuntern würde, audielle Informationsmedien einzusetzen. Zudem stellte sich heraus, dass die technische Entwicklung inzwischen ein zufriedenstellendes Leistungsniveau garantieren kann. Die Vielfalt der technischen Betriebsmöglichkeiten für einen Audio-Guide respektive für Audiostationen steht zur Zeit bei digitalen Medien wie MP3-Player oder iPod´s. Zumeist fällt die Entscheidung zugunsten der Anwählbarkeit einzelner Objekte. Funksysteme, die beispielsweise via Infrarot- Schranke an- und abgeschaltet werden, finden seltener Anwendung. Sie eignen sich besonders gut für narrativ aufgearbeitete Bereiche, wie es am Beispiel des Museu Maritim, des Schifffahrtsmuseums in Barcelona in dieser Arbeit noch beschrieben wird¹. Funkgesteuerte Audio-Guides einzusetzen scheint riskanter, sind sie doch nicht hundertprozentig verlässlich und – viel öfter der Fall – an eine fixe Positionierung der Objekte gebunden. Das Umhängen oder Umarrangieren von Projekten setzt im Falle von funkgerichteten Medien ein längeres Prozedere voraus.

Hörkassetten oder CD´s sind längst überholt. Der Hörkomfort ist durch den Einsatz digitaler Medien wie MiniDisk- oder MP3 Player und DAT –Geräten leicht zu erreichen und bietet sehr verlässliche Wiedergabequalität².

Dennoch blieben zahlreiche Museen und Kunsthallen dem Einsatz von Audio-Guide und/oder Hörstationen gegenüber weiterhin reserviert. Auf eine erste Nachfrage im Rahmen der Recherche zu dieser Arbeit führten mehrere Institutionen schnell den Kostenfaktor ins Treffen. In anderen Fällen wird der Audio-Guide als Konkurrenz zur personalen Vermittlung angesprochen. Wird eine Produktion angedacht, übernimmt dies häufig die Marketingabteilung dieser Institutionen. Audielle Informationsmedien im Tourismus-Bereich müssen in solchen Fällen für Vergleiche herhalten und so werden Audioführungen als Werbemittel -etwa im Rahmen von Burg-, Schloß- und Kirchenführungen – verstanden. Demnach sind sie im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt.

Ein Überblick über Audio-Guide-Inhalte in Museen und Ausstellungen und ihre Ansprüche als bereichernde Vermittlungsinstrumente wird in dieser Arbeit ergänzt durch den praktischen Eindruck, durch Höranalysen und Hintergrund- Gespräche mit Kuratoren und den Textautoren. Dadurch hat sich ein breites Anforderungsprofil ergeben, das auch eine inhaltliche Aufbereitung auf dem Niveau von Radiobeiträgen, Hörfunk-Features und Dokumentationen besonders beleuchten will.

Die Anzahl und die Auswahl der einbezogenen Institutionen und Projekte ergaben sich während der vier Lehrgangs-Semester. Die ausgewählten Beispiele finden sich in den vier europäischen Städten, die auch im Rahmen des Lehrgangs besucht und erkundet worden sind - Wien, Linz, Berlin und Barcelona.

Bewußt und titelgemäß ausgeklammert bleibt in der vorliegenden Arbeit jede Form von Schloß-, Stadt- und Kirchenführungen, die sich seit je mit der Hilfe von Hörsäulen oder mit einem Walkman ähnlichen Gerätschaften anbietet.

¹ I.7 – Im Museu Maritim, S. 21

² Anhang, Gespräch mit Eva Wesemann, Antenna Audio Berlin
Anhang, Gespräch mit Mag. Natalie Lettner, KHM Wien

a. Die Entwicklung von Audioführungen in Museen

a.1. Die Situation in den achtziger Jahren in Europa

Aus den USA, insbesondere aus New York oder Boston, waren Audioführungen schon in den achtziger Jahren bekannt geworden. In Europa bekam man in englischen, französischen und niederländischen Museen die ersten Audio-Guides angeboten.

Hierzulande scheint sich der Audio-Guide erst in dem Maße entwickelt zu haben, als die Museen den Ruf des „Musentempels“ ablegten und sich Museumspädagogen zunehmend darum bemühten, die Inhalte von Sammlungen und Ausstellungen adäquat zu vermitteln. Eine Ausnahmeposition kam jenen Museen zu, die zur rasanten Entwicklung der Medien ein Nahverhältnis suchten. Dazu gehörten die Technischen Museen, die auf dem Weg waren, sich der Konkurrenz der sogenannten „Science-Centers“ zu stellen und manche Kindermuseen.³

Eine kontinuierliche Entwicklung zurückzuverfolgen ist schwer möglich.

Wenn Audioführungen in österreichischen Häusern eingesetzt werden, folgen sie häufig internationalen Beispielen oder werden als Einzelexperimente getestet. Mehrere Audio-Guide-Einsätze in Museen und Ausstellungen hatten ein äußerst kurzes Ablaufdatum und blieben in der Öffentlichkeit wenig berücksichtigt. Wo Audio-Guides zu den Standards zählen, wird ihr Betrieb von den Marketingabteilungen betreut. Vom finanziellen Aspekt und der Evaluierung wird noch später die Rede sein. Ein Beispiel möchte die Verfasserin aus eigener Erfahrung beisteuern.⁴

a.2. Die Situation in den achtziger Jahren in den USA

Die Suche nach Audio-Guide-Literatur ist kaum von Erfolg gekrönt, die Gespräche mit Eva Wesemann, Antenna Audio Berlin, bestätigen das für den gesamten deutschen Sprachraum. In der Entstehungsgeschichte von Antenna Audio zeigt sich, wie sehr hier englische und amerikanische Projekte Vorbilder waren.

So ist die Firmengeschichte auf eine Gruppe von Theaterleuten in San Francisco Mitte der siebziger Jahre zurückzuführen. Unter dem Namen „Antenna Theatre“ hatte diese Truppe Anfang der achtziger Jahre legendäre Theateraufführungen gestaltet, in die Interviews vom Band und atmosphärische Aufnahmen der Stadt einbezogen worden waren. Die maskierten Schauspieler reagierten Abend für Abend auf die Interview-Inhalte, die das Lebensgefühl arbeitsloser Jugendlicher darstellten.

Diese Form spannend aufbereiteter Sozialtheater - Vorstellungen gewann die Aufmerksamkeit amerikanischer Museumspädagogen und erhielt Preise und Anerkennung.

„Antenna Theatre“ verstand sich als Organisation für darstellende Kunst zur Entwicklung neuer Formen des Theaters. Aufmerksame Museumspädagogen schlugen den Theaterleuten die Entwicklung eines Tour - Guides für die prominente ehemalige Gefängnisinsel Alcatraz vor. Mit Interviews und Statements ehemaliger Häftlinge und ihrer Bewacher erzählte „Antenna Tours“ dann in einem 45-Minuten langen Feature über die Gefühls- und Gedankenwelt der

³ In Wien war es das Zoom Kindermuseum, das im Rahmen diverser Ausstellungen auch Hörgeschichten entwickelte, die stationär eingesetzt wurden. Als Anleitung etwas Bestimmtes zu sehen und/oder zu erfassen, waren sie der Audio-Guide Idee sehr nahe.

⁴ Im Mai 2004 wurde im Leopold Museum im Museumsquartier Wien die Ausstellung über „Goya – das grafische Werk“ vom 04.06. bis 13.10.2004 eröffnet. – Dazu waren in letzter Minute Audio-Guides entstanden, deren Texte die Verfasserin gemeinsam mit den KuratorInnen erarbeiten durfte.

einstigen Insel-Bewohner. Bis heute erhalten alle Besucher der Insel diese Audio Tour ausgehändigt.⁵

Der Erfolg machte „Antenna Tours“ schnell zum bekanntesten Audio-Guide Hersteller der USA. 1998 erfolgte dann der Zusammenschluß mit der Londoner Firma ACT (Arts Communication and Technology), einem Pionierunternehmen zur Entwicklung tragbarer Kommunikationsgeräte, nachzulesen auf der Homepage **www.antennaaudio.com**

Mitte der achtziger Jahre, war in den US-Museen bereits eine breite Diskussion um zeitgerechte, lebendige Vermittlung von Kunst und Kultur in Gang gekommen. In San Francisco ebenso wie in den großen Städten an der Ostküste war der Begriff der Museumspädagogik stark mit dem der Freizeitaktivität verbunden. Aus dem Wunsch, Wissen und Kultur aktiv zu begreifen, war die Marke der „Hands on“- Museen entstanden.

a.3. Die ersten Audioführungs-Konzepte in Berlin

In Berlin hatten zwei Kunstvermittlerinnen – Rosemarie Wirthmüller (mit Mädchennamen Müller) und Eva Wesemann – in den achtziger Jahren erste Erfahrungen mit selbst erstellten Audioführungen gemacht, hatten sich mit der Textgestaltung intensiv beschäftigt und sich schließlich mit „Antenna Audio“ verbunden. Die MP3 Player-Geräte dieses Herstellers „x-ploreTM“ werden in vielen großen Häusern der Museumswelt außerhalb Österreichs angeboten. In Österreich war es bisher nur das Linzer Kunstmuseum Lentos, das sich für ein gemeinsam mit „Antenna Audio“ erarbeitetes Vermittlungstool entschied. Da auch in den einbezogenen ausländischen Städten Berlin und Barcelona die Audioführungen dieser Firma durch ihre lebendigen Inhalte und die Umsetzung mit Elementen von Dokumentation und Radiobeiträgen besonders auffielen, hat sich eine Gegenüberstellung zu weniger lebendig und abwechslungsreich gestalteten Angeboten von selbst ergeben.

b. Der Auftritt der herangezogenen audiellen Informations-medien auf den Museen- und Ausstellungs- Webseiten

Das Format audieller Informationsmedien wird in der vorliegenden Arbeit (mit wenigen Ausnahmen) dort berücksichtigt, wo sie in einem Audio-Guide angeboten wird.⁶ Einführend finden auch die diesbezüglichen Hinweise auf der betreffenden Homepage der Institutionen Berücksichtigung.

⁵ Wie man auf diversen Reise- Erlebnis- Seiten im Internet nachprüfen kann, sind die Audioführungen auf der Gefängnisinsel Alcatraz nach wie vor beliebt und vielbeschrieben.

⁶ Zweimal gibt es einen Audiobereich, der per Funk und über den Raum in Aktion tritt - im Museum Maritim, Barcelona, S. 23 ff

b.1. Das Kunsthistorische Museum, Wien
www.khm.at

Auf der Homepage des Kunsthistorischen Museums sind sieben verschiedene Bereiche als Buttons angeboten: Sammlungen, Ausstellungen, Führungen, Das Museum, Information Aktuell und Shop. Zu den Informationen über Audio-Guides gelangt man über die Auswahl „Führungen“, anschließend kann man unter einer weiteren siebenfachen Auflistung von Führungen – für Erwachsene, für Kinder, für Schulen, für Hortgruppen und Kindergärten, für private Kindergruppen und Gruppen – den letzten Punkt anwählen: „Audio-Guides im KHM – Ihr persönlicher Führer durch die Sammlungen“.

Im Kunsthistorischen Museum stehe das Audio-Guide System exSite der Firma ESPRO Information Technologies Ltd. zur Verfügung, erfährt man da und die zugehörige englischsprachige Internetadresse – www.espro.com
Danach kann man sich über die Standorte informieren, an denen innerhalb des Hauses Audio-Guides zum Einsatz kommen: im Hauptgebäude sind das die Ägyptisch-Orientalische Sammlung, die Antikensammlung, Gemäldegalerie, das Münzkabinett, in der Neuen Burg das Ephesos-Museum und die Sammlung alter Musikinstrumente, die Schatzkammer und Schloß Ambras in Tirol.

Man erfährt über die Höhe der Audio-Guide Miete von zwei Euro und darüber, dass in drei Sprachen (englisch, deutsch und italienisch) den Besucherohren über 300 Objekte vermittelt werden.

Zudem wird man informiert, über dasselbe Gerät auch ein „Print on Demand – System“⁷ auszuprobieren zu können.

Lieblingsmotive ließen sich speichern und in wenigen Minuten als Poster und /oder kleiner Privatkatalog ausdrucken. Diese Möglichkeit hat nun nichts mit dem Programm oder den Zielsetzungen eines Audio-Guides zu tun. Deshalb wird nicht näher darauf eingegangen.

b.2. Das Leopold Museum im Wiener Museumsquartier
www.leopoldmuseum.at

Auf der Homepage finden sich unter dem Button „Führungen“ hinter den Führungen zur Dauerausstellung Sammlung Leopold auch Führungen mit dem Sammlerehepaar, vorreservierte Gruppenführungen, vorreservierte Schulklassenführungen, Führungen zur Sonderausstellung und Information und Buchungen der Unterpunkt „Audio-Guides“.

Da heißt es wörtlich: „Audio-Guides zur Dauerausstellung (deutsch, englisch) sowie zur Sonderausstellung (deutsch, englisch) sind gegen eine Leihgebühr von 3 Euro erhältlich“.⁸
Es findet sich kein Hinweis auf den Hersteller oder Vertreiber des Audio-Guides.
Analysiert wird die Sonderausstellung „Impressionisten“ vom 30.09.2005 bis 30.01.2006.

⁷ Diesem Tool und dem damit verbundenen Informationsaspekt wird in dieser Arbeit keine Aufmerksamkeit geschenkt.

⁸ Stand 15.05.2006

- b.3. Die Ausstellung MOZART. Experiment Aufklärung, eine Sonderausstellung des Da Ponte Instituts in der Wiener Albertina im Rahmen des Wiener Mozartjahres, vom 17.03. – 20.09.2006
www.albertina.at

Diese Sonderausstellung bietet einen in den Eintrittspreis (Erwachsene zahlen 10 Euro, diverse Ermäßigungen) integrierten Audio-Guides an. Die Information darüber findet sich auf der Webseite der Albertina über „Das Museum – Allgemeine Informationen“ unter „Zugang und Serviceeinrichtungen“, dann unter dem Absatz „Zutritt für Gruppen“ vor den Hinweisen auf den „Bus-Parkplatz“. unter folgendem Wortlaut:

„Audio-Guide in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch und Tschechisch (im Preis inkludiert!). Mit Hilfe des Audio-Guides können die Besucher selbst bestimmen, in welchem Tempo sie sich mit der Ausstellung auseinandersetzen wollen. Kommentare von Experten, Musik-Einspielungen und Querverweise auf die Zeitgeschichte sorgen für eine Steigerung des Seherlebnisses“. Pro Ausstellung zahlt man für einen Audio-Guide 3 Euro 50, nimmt man zwei Ausstellungen bleibt es bei 5 Euro.

- b.4. Lentos, das Kunstmuseum Linz
www.lentos.at

Auf der hauseigenen Internetseite findet sich der Audio-Guide der Sammlung in Großbuchstaben gleich an zweiter Stelle auf der Seite der Führungen. „AUDIO-GUIDE“ – heißt es dort in Großbuchstaben und weiter „Rund 60 Objekttexte sowie zusätzliche Vertiefungs- und Einführungstexte zum Museum und zu den Werken stehen zur Auswahl (die Dauer können Sie individuell bestimmen, maximal 1,5 Stunden). In zwei Sprachen (Deutsch, Englisch) an der Museumskasse erhältlich. Audio-Guide Miete: Euro 2,00“

- b.5. In den Staatlichen Museen Berlin, Antikensammlung (Pergamon Museum) und im Vorderasiatischen Museum auf der Museumsinsel

Zur Zeit finden sich viele Bildseiten des Museums und seiner eindrucksvollen Archäologischen Sammlungen, eine Besucher-Homepage scheint noch nicht eingerichtet und erst innerhalb eines großen Webauftritts der gesamten Museumsinsel geplant.⁹

- b.6. Die Ausstellung „1945 – Der Krieg und seine Folgen – Kriegsende und Erinnerungspolitik in Deutschland“ vom 28.04. bis 28.08.2005 im Deutschen Historischen Museum Berlin, in der Ausstellungshalle von I.M.Pei
www.dhm.de/ausstellungen

Auf der übersichtlichen und informativen Webseite lässt sich rasch ins „Ausstellungsarchiv“ zu den Projekten der vergangenen Saisonen blättern. Gleich nach dem Themenkatalog findet sich ein Hinweis auf Hörführungen zu zwei Euro und der Hinweis „Jugend-Hörführung frei“.

⁹ Stand 15.05.2005

Mit dem nächsten Schritt findet man zur Museumspädagogik. Dort heißt es in einladendem Wortlaut:

„Hörführung für Erwachsene (Deutsch / Englisch):

Die Hörführung begleitet Sie durch alle Räume der Ausstellung und stellt Ihnen die einzelnen Kapitel vor. An 60 Stationen erhalten Sie Informationen zu den ausgewählten Objekten, zum historischen Hintergrund und zum Ausstellungskonzept. Zusätzlich können Sie Zeitzeugenberichte und historische Originalaufnahmen hören, die eine Vertiefung des Ausstellungsthemas ermöglichen.“

b.7. Museu Marítim Barcelona, Das Schiffahrtsmuseum
www.museumaritimbarcelona.org

Hier ist die Informationsschiene des Audio-Guide ganz deutlich zu finden. Die Webseite ist in katalanisch, in spanisch oder in englisch zu lesen und unter dem ersten Punkt „General Information“ ist – in der englischen Ausgabe – folgende Bemerkung zu finden:

“Audio-Guides to accompany visits to the Museu Marítim de Barcelona (Barcelona Maritime Museum) are available to the public in Catalán, Spanish, French, English, Italian, German and Japanese. The cost of an Audio-Guide is included in the entrance fee“.

Danach folgen die Museumsadresse, die Öffnungszeiten und die Anfahrtsmöglichkeiten.

b.8. Fundació Mirò, Barcelona
www.bcn.fjmiro.es

Hier handelt es sich um eine überraschend weit entwickelte Internetseite. Überraschend deswegen, weil sie sich von jenen der viel größeren Häuser entschieden abhebt. Von der Einstiegsseite gilt es bloß den Schritt zu „exhibitions“ zu tun und schon scheint der Audio-Guide als eigener Button auf, der – angeklickt – jede beliebige Information zu Räumen und Objekten aus dem Guide über die Lautsprecher des Computers hören lässt. Die Texte der Audioführung sind schriftlich zum Mitlesen bereitgestellt.

Anhand dieses kurzen Vergleichs, welchen Stellenwert die Museen ihren Audioführungen einräumen, zeigt sich, dass hierzulande der Audio-Guide stiefmütterlich behandelt wird (Museum Albertina, KHM, Leopold Museum). Eine Ausnahme bildet das Lentos Kunstmuseum in Linz.

Auffallend ist auch, dass in Deutschland sehr viel und selbstbewußt auf den Webseiten geworben wird, in Spanien stolz auch die Inhalte der Audioführungen auf der Website abrufbar sind.

c. Die ambivalente Rolle eines Audio-Guide in Museen und Ausstellungen zwischen Klischee und innovativem Anforderungsprofil

c.1. Das Klischee vom schlechten und/oder komplizierten Gerät

Es besteht immer noch eine ambivalente Haltung vieler Museumsbesucher, einen angebotenen Audio-Guide in Anspruch zu nehmen. Ungeachtet der inzwischen beachtlichen technischen Qualität, lehnen viele eine Audioführung ab, weil sie sich die Bedienung der kleinen Geräte nicht zutrauen. Mißtrauische Blicke und umständliches Hantieren verraten diese Hemmung gleich bei der Geräteausgabe. Meist helfen dann aufmerksame Mehrfach-Instruktionen. Von der Verfasserin wurde das im November und Dezember in der Mozart Ausstellung des Da Ponte Institutes in der Wiener Albertina beobachtet. Gespräche über die Bedienung der Geräte waren bei mißtrauischen Besuchern dann erfolgreich, wenn die Mitarbeiter ohne jede Ungeduld jeden möglichen Handgriff mehrmals demonstrierten und anschließend den Höreffekt gleich vor Ort anhören ließen.

Man hört von dieser Besuchergruppe stereotyp die Floskel „Da kenn' ich mich ja nicht aus“, jeder schlecht erklärte und unverlässliche Audio-Guide liefert eine weitere Bestätigung. Auch wenn die technische Entwicklung noch so gute Tonträger anbietet, wird sich dieses aufmerksame und freundliche Erstgespräch nicht vermeiden lassen.

c.2. Das Vorurteil vom „langweiligen Text“

Leider bestätigt sich immer wieder eine gewisse Ablehnung der Texte in den Audioführungen. Professionelle und aus den Medien bekannte Stimmen machen das nicht wett. Nach der Freude über die schöne, vielleicht erkennbare Stimme spielt das Textformat eine große Rolle. Kann man jedes Wort an der gegenüberliegenden Wand oder im Katalog mitlesen, reagieren viele verärgert. Auch die belehrende Wirkung oder die „Langweiligkeit“ eines Textes wird in diesem Zusammenhang kritisiert. Als „langweilig“ werden Texte empfunden, die nicht als Hörtexte konzipiert sind oder sich eo ipso nicht dafür eignen. Wissenschaftliche Texte haben diese Eigenschaft, da sie für aufmerksames, reflektiertes Lesen und keinesfalls für entspanntes Zuhören geschrieben werden. Lange war das Format von Audiotexten in österreichischen Museen keine Überlegung wert, man bediente sich guten Gewissens der schon vorhandenen Literatur zu den Objekten. Auch bei personalen Führungen war das Muster des Frontalunterrichts der Schule dominierend.

Der Bildungsanspruch bzw. eine didaktische Absicht sind wohl Voraussetzung, sollten im Audiotext jedoch nicht durchklingen, denn dadurch verwandelt sich das entspannte Zuhören in eine Forderung nach Leistung. Sätze wie die folgenden illustrieren das: „Wie wir aus dem Schulunterricht wissen“ oder „wie aus der Geschichtsstunde noch erinnerlich ...“. Solche Formulierungen grenzen alle aus, die über solches Wissen nicht oder nicht mehr verfügen.

Hingegen haben sich Textinhalte, die das Gefühl des Erforschens oder Entdeckens beim Benutzer des Audio-Guides hervorrufen, bald als viel erfolgreicher erwiesen. Dazu gehören auch jene Audio-Texte, die sich bei Kunstwerken den Lebens- und Werkaspekten des Künstlers widmen und diese in einer Form des Erzählens anbieten.

Dies führt wieder zum Ergebnis, dass der Audio-Guide am besten angenommen wird, wenn er schildert und erzählt. Die in der Einführung erwähnte Entwicklung der szenischen Aufbereitung der Audio-Guide-Inhalte lässt sich mit gut erzählten Inhalten bestens verknüpfen¹⁰.

¹⁰ Siehe Einführung, a. Die Entwicklung von Audioführungen in Museen, a.2. und a.3., S. 5 ff

c.3. Die Position des Audio-Guide

Die Kunstvermittlerin Luisa Ziaja entwickelte im Jahr 2000 mit einem Vermittlungsteam¹¹ im Museum für Moderne Kunst im Wiener Museumsquartier ein Audio-Guide Konzept. Objekte der dort präsentierten Sammlungen sollten nicht durch Texte nach vorgefertigten Wahrnehmungsmustern erläutert werden. Ziaja wollte in den Texten eine Anregung geben, sich dem Kunstwerk selbständig zu nähern. „Jedes Kunstwerk fordert unsere Wahrnehmung und unsere innere Fähigkeit visuelle Information zu reflektieren immer wieder von neuem heraus. ...Die Kunstvermittlung nimmt in ihren unterschiedlichen Spielarten eine wesentliche Position ein: Sie vermag durch gezielte Anstöße die Wahrnehmung zu provozieren und die Rezeption eines Kunstwerkes kompetent zu begleiten.“¹²

Diese Merkmale treffen ebenso auf die personale Vermittlung zu: Nachfragen können beantwortet werden, vertiefende Gespräche sind möglich. Ein Audio-Guide, der in mehreren vertiefenden Ebenen konzipiert wird und zudem mediale Bereicherungen durch O-Ton-Einspielungen, Klang- und Musikzuspielungen anbieten kann, ist imstande, die Führung um lebensnahe Aspekte zu bereichern. Er wird nicht in Konkurrenz zur personalen Vermittlung stehen, kann vielmehr attraktive Erweiterung sein.

Die vorliegende Arbeit will exemplarische Audioführungen in ihren Inhalten und in ihrer Hörqualität beschreiben und untersuchen.

Die Erstellung eines Audio-Guide soll anhand erfolgreicher Beispiele nachvollziehbar werden. Die Arbeit versteht sich als Hinweis darauf, was eine gut umgesetzte Audioführung im Rahmen von Museen und Ausstellungen zu leisten imstande ist.

I. EXEMPLARISCHE ANALYSE DER AUSGEWÄHLTEN BEISPIELE

I.1 In der Antikensammlung des Kunsthistorischen Museums Wien

Gerätehersteller und Produzent: Espro
Audio-Guide System exSite, MP3 Technologie

Positiv fällt auf, dass im Text Fremdworte bewußt gemieden und Fachausdrücke möglichst unmittelbar erklärt werden. Auch werden die Ohren der Betrachter selten mit Zahlenmaterial „konfrontiert“.

Es gibt anwählbare Ebenen zur Themenvertiefung.

Manchmal gerät der Text zu lange, vor allem dort, wo er didaktisch zu anspruchsvoll klingt oder sich ähnlich deskriptiv anhört wie dies in Sammlungskatalogen seinen Platz hat. In einem Audio-Guide, der schwer in der Hand liegt, keine angenehme Hörqualität aufweist und zudem noch gelesene Katalogtexte anbietet, verstärkt sich schnell der Eindruck einer lehrbuchartigen Vermittlungsschiene¹³.

¹¹ Das Projektteam setzte sich zusammen aus Manuela Ammer, Heike Eipeldauer, Harald Krejci, Claudia Slanar und Luise Ziaja

¹² Luise Ziaja, *Wer spricht? Reflexionen zur Vermittlung- audioguides*, S.23

¹³ Dieser Aspekt wird unter c.2. S.11 und in Kapitel II.2.2. Seite 30 noch einmal angesprochen

Dort, wo im Text die Perspektive des Betrachters und seine innere Vorstellungskraft angesprochen werden, bleibt der Text zu knapp und verzichtet auf bereichernde Fragen und Hinweise. Es ist zu hören, dass in der wiederaufgestellten Antikensammlung professionelle Sprecher für die Audio-Guide-Texte ausgewählt wurden. Ihre Stimmen sind aus dem Bereich der Radionachrichten bekannt, das Lesen im Nachrichtenstil irritiert jedoch¹⁴. Warum?

Das Problem liegt in der Distanz, die das Lesen von Weltnachrichten erfordert, die im Audio-Guide jedoch irritiert. Verstärkt sich diese Distanz noch durch Texte, die im Katalog ihren Platz haben oder durch die Fachsprache von Archäologen, Kunsthistorikern oder Historikern, wird wahrscheinlich bald daran vorbeigehört.

Ein weiterer irritierender Effekt entsteht, wenn diese Stimme im Nachrichten-Stil dem Betrachter Anweisungen gibt, etwa bei Objekt Nr. 107 oder 108 (dem Grabkammer-Nachbau)¹⁵. Dort hört man die knappen Aufforderungen „Treten Sie jetzt bitte ins Innere“ und anschließend die Fortsetzung der Objekt-Erklärungen. Im Augenblick fällt es schwer, zwischen den persönlich gerichteten Anweisungen und dem Objekt-Text zu unterscheiden. Beides klingt gleich distanziert. Dieses Problem trägt etwa bei Objekt Nr. 222 (den Tafeln eines römischen Brunnenreliefs) dazu bei, möglichst viel Distanz zum Textinhalt zu wahren.¹⁶ Im Hörtext wird derselbe Wortlaut verwendet, den man im Katalogtext über die malerische Stilrichtung schriftlich vermuten würde. Eigentlich handelt es sich um Kriterien, die schon von anderen Wissenschaftlern analysiert worden sind. Was diese malerische Stilrichtung erkennbar macht, was das Malerische im römischen Relief bedeutete, was es aussagen wollte, was darüber diskutiert wird – all das wäre interessant und würde in „bildhaften“ Hörtexten bereichern.

Betrachtungs-Anweisungen an den Audio-Guide-Hörer lauten in der Antikensammlung des KHM kurz und bündig: „Nun zur rechten Platte“ oder „Im Vordergrund... im Hintergrund rechts“. So lesen sich Bildbeschreibungen in kunsthistorischen Texten, wie sie in der einschlägigen Literatur, im wissenschaftlichen Kontext und meist auch in den Texten der Sammlungs- und Ausstellungskataloge aufscheinen.

Ein Hörtext bietet bessere Möglichkeiten, er kann solche Anweisungen mit Detailinformationen und bildhaften Vergleichen anreichern, er kann interessante Fragen formulieren, die denselben Effekt erzielen, nämlich die Augen des Betrachters zu leiten. Die unvermittelte Anweisung „Nun zur rechten Platte“ hört sich eben an wie gelesener Katalogtext.¹⁷

I.1.1. Hörprotokoll, erstellt im November 2005

KHM, Antikensammlung
Wiederaufstellung eröffnet am 5. September 2005

Nr. 324 Österreich in der Römerzeit – ein Text zum Raum, der in geringfügigen Abweichungen auf der Wandfahne zu lesen ist
Bei der ersten Runde durch die Räume der Sammlung zeigt sich, dass sich jeder Wandtext auch im Audio-Guide wiederfindet¹⁸.

¹⁴ Siehe Kapitel II.2.1. Seite 29

¹⁵ Siehe dazu im anschließenden Hörprotokoll

¹⁶ ebenda

¹⁷ Siehe dazu Punkt II.3, Seite 28

¹⁸ Dieser Effekt wird in der Einführung ausführlicher erwähnt, c.2, S. 11

Nr. 321 Odysseum, Freiermord des Odysseus

Der Text dieser Anwahl findet sich ziemlich gleichen Wortinhalts an der gegenüberliegenden Wand.

Positiv fällt auf, dass auch darauf eingegangen wird, was tatsächlich am Objekt zu sehen ist.

Nr. 313 Athena

Genau Beschreibung des Objekts und seines Fundorts.

Es fällt an dieser Stelle auf, dass einige Objekte ursprünglich wohl als Audio-Guide Objekte beschil­dert waren, später aber gelöscht oder nicht produziert wurden. Über den Nummern neben dem Audio Zeichen sind schwarze Balken zu sehen.

Nr. 308 Fragment aus Marmor, ohne jede Bezeichnung zum Objekt

Der originelle Hörtext zu diesem Objekt lautet schlicht: „Informationen zu diesem Objekt sind in Vorbereitung“ (Stand Ende November 2005)

Eine vorsichtige Bemerkung dazu wäre, das Zeichen der Kopfhörer von diesem Fragment zu nehmen und es dadurch gar nicht erst als ein Objekt der Audioführung auszuweisen. Dann hätte man im Audio-Guide keinen Bedarf, sich für die nicht vorhandenen Informationen zu entschuldigen. Vermutlich har­rte dieses Objekt zu Zeiten des Rundgangs der Verfasserin einer neuen Beschriftung.

Nr. 222 Palazzo Grimani, Venedig

1.Jh.n.Chr. Römisch, 2 Tafeln eines Brunnenreliefs

Sachliche Aufzählung und Beschreibung, jedoch kein genuiner Audiotext. Der letzte Satz lautet wörtlich:

„Die beiden Reliefs gelten als Hauptwerke einer malerischen Stilrichtung in der römischen Reliefkunst, die für die Mitte des 1. Jahrhunderts nach Christus charakteristisch ist.“ An den hörenden und betrachtenden Besucher gerichtet sind nur ganz kurze Handlungsanweisungen aus dem Arbeitsjargon der Kunsthistoriker wie „im Hintergrund rechts“ oder „Nun zur rechten Platte“.

Nr. 26 Fragment weiblicher Rumpf, Kopf und Arme, Faltenwurf vom Gewand

Zu sehen sind auch Flächenmarkierungen und Löcher, in die die Gliedmaßen wohl gesteckt worden sind. Das fällt gleich auf, wird aber im Hörtext nicht angesprochen. Positiv am Text ist hier die Beschreibung des „Blickfangs“. Die gute Schilderung des Faltenlebens steht dem viel häufigeren Katalogtext-Duktus gegenüber: „Kaskaden geführter Fransen und Borten ... darin vertieft, wird Altertum lebendig!“

Zu bemerken ist, dass die Texte zu den ägyptischen Objekten viel stärker auf das Abgebildete gerichtet und viel beschreibender sind. Der Betrachtung selbst ist mehr Platz und mehr Zeit gegönnt. Offenbar ist hier der/die Textautor/in stärker zum Zug gekommen.

Die Objekt-Texte haben kein einheitliches Format, vor Ort fällt einem dazu ein, dass hier verschiedene AutorInnen auf unterschiedliche Weise gearbeitet haben.

Nummern 107, 108 Grabkammer – Nachbau

Im Audio-Guide zu hören ist die Einladung einzutreten: „Betreten Sie bitte den schmalen Gang, der zur Kultkammer führt“ bzw. „Treten Sie bitte jetzt ins Innere“, danach geht die Stimme aus dem Off gleich wieder zur Deskription über.

Hier – vor dem Nachbau einer Grabkammer – ist das besonders irritierend, denn die Sprecherstimme wird erstmals persönlich, d.h. sie „belehrt“ den Besucher nicht im wissenschaftlichen und historischen Bereich, sondern fordert ihn zu einer ganz praktischen Handlung auf. Diese persönliche Aufforderung resp. Einladung an den Besucher verwirrt zwei Sekunden lang, wenn die Stimme des Nachrichtensprechers dabei ihre Distanz behält.

1.2 In der Ausstellung „Impressionisten“ vom 30.09.2005 bis zum 30.01.2006 im Leopold Museum im Wiener Museumsquartier,

Gerätehersteller und Produzent: Artex

Gerätetyp: Digitales Abspielgerät, länglich und keulenförmig

Der Audio-Guide ist ein wenig groß, sperrig und zeigt ein unangenehmes Handling. Die Reaktion auf angewählte Nummern erfolgt manchmal zu schnell, manchmal zu langsam. Dadurch entstehen scheinbar falsch eingetastete Nummern-Kombinationen, die sich schwer rückgängig machen lassen.

Das Gerät selbst hat ein beachtliches Eigengewicht, was sich mit der Zeit als lästig erweist. Die von außen kommenden Raum-Geräusche irritieren beim Hören. Wird die Lautstärke erhöht, hören die nächststehenden Betrachter unfreiwillig mit. Die Lautstärkeregelung selbst funktioniert gut.

Zum Einsatz kommt ein Sprecher-Paar, was den Texten Sympathie und Farbe verleihen möchte. Leider wirken beide Stimmen jedoch farblos. Sie sind zudem nicht im rhythmischen Wechsel eingesetzt, die jeweils länger eingesetzte Stimme wirkt dominant.

Allgemein entsteht der Eindruck, dass die Texte in einem Stück aufgenommen und hinterher nach den räumlichen Bedingungen geteilt wurden. Musikeinspielungen, Hintergrund- Musik, Zitate und Verweise auf andere Werke werden aus dem Zusammenhang gerissen und bleiben unverstanden.

Unwillkürlich beginnt man zu überlegen, wie die Ausstellung ursprünglich gehängt gewesen sein mag, wenn musikalische und atmosphärische Einspiele derart auseinandergerissen scheinen. Bei O-Ton-Einspielungen ist nicht darauf geachtet worden, dass der hörbare Hintergrund – in vielen Fällen eine Veranstaltung – abreißt, wenn der O-Ton endet und die Atmosphäre im Hintergrund nicht abgefangen wird. Der atmosphärelöse, also trockene anschließende Sprechertext macht solche abrupte Übergänge auffällig. Das Einspiel „reißt“ gewissermaßen ab. Hier ist aufnahmetechnisches Wissen gefordert.

Zur Textgestaltung fällt auf, dass historische Epochen nicht mit dem Bildgegenstand verknüpft werden, die Informationen sind sozusagen zeitlich nicht verortet.

Als Vergleich vor Ort hat sich ein von Detlev Kugo zur Ausstellung angefertigter Film angeboten. Idee: Melanie Ring und Peter Weinhäupl, Buch: Angelika Lizius
Hier erweist sich der Text sehr viel deutlicher, feinfühlicher im Umgang mit Zitaten und besser in der Auswahl.

Als Vorspann des Filmes werden auch der Ausstellungs-Transport und der Aufbau gezeigt. Das bindet den Betrachter in derselben Weise an den Film, den Inhalt und die Ausstellung, wie es der Fall wäre, wenn im Audio-Guide eine Vorstellung des Hauses, eine Begrüßung und Hinweise auf die Raumsituation zu hören sind.

Vor der Hörführung durch die Ausstellung läßt sich eigentlich nur ein irritierter Eindruck wiedergeben.

I.2.1. Hörprotokoll, erstellt am 24.November 2005

Audio-Guide Gerät: Fa. Artex, längliches Hörgerät mit Tastatur, ca. 25 cm lang.

Rechts nach dem Betreten des ersten Ausstellungsraumes hängt das Objekt mit der Audio-Nr. 300. Im Text heißt es dazu: „Im Juli 1830 wird der autoritär regierende Bourbonne Karl X., gestürzt...“

Es fehlen jeder Titel oder Hinweis auf das Bild und jede Ortsangabe. Unwillkürlich fragt man sich: Wo sind wir hier? Wovon wird hier im Bild erzählt? Was haben wir vor Augen?

Es wird auch mit keinem Wort vom historischen Faktum des Bourbonensturzes ausgehend auf das Objekt vor den Augen des Betrachters hingewiesen.

Nr.300: Einspiel Debussy „Nachmittag eines Faun“

Das ist ein Beispiel für eine „hörbare“ nachträgliche Veränderung der Hängung. Einige vorangestellten Takte Musik werden weder im Text erwähnt noch erklärt. Man erfährt nichts über Komponisten oder Titel und erhält keinen Sinnbezug zu den Werken.

Kurz später wird im Text auf ein Werk des Zeichners Honoré Daumiers verwiesen. Das angesprochene Blatt findet sich jedoch zwei Räume weiter. Aus dem Audio-Guide- Text muss darauf geschlossen werden, dass es ursprünglich wohl neben dem Objekt Nr. 300 gehangen sein muss. Dort, wo Honoré Daumiers Werk zum Zeitpunkt des Hör-Protokolls anzutreffen ist, kommt im Hörtext weder ein Hinweis auf den Standort, noch ein Querverweis auf die veränderte Hängung.

Nr. 3/8 Sisley, Wirtshaus, davor Boot und überschwemmte Straße mit Einspiel „Wassermurmeln“

Dies ist wohl ist dramaturgisch gemeint, wirkt jedoch ungeschickt. Das akustisch angebotene Wassermurmeln kann die idyllisch impressionistisch dargestellte Situation des Hochwassers nicht übersetzen.

Die wahrscheinlich angestrebte Vermittlung sinnlicher Atmosphäre entsteht nicht, weil das Wassergeräusch etwas anderes erzählt als das Bild. Die in diesem Fall sehr schlechte Aufnahmequalität läßt die Musik kaum und die feinen Wassergeräusche noch schlechter erkennen.

Nr. 315 Pissarro, Landschaftsdarstellung

Der Text ist vermutlich ein Katalogtext, der Autor wird nicht genannt, obwohl der Text interpretiert und wertende Urteile über das Verhältnis von Mensch und Natur beim Künstler abgibt.

Nr. 67 Courbet, Felsen in der Normandie, Slg. Leopold

Hier wird der Betrachter über den Hörtext eingeladen, auf Wunsch vertiefende Texte unter einer angegebenen Nummer abzurufen. Das wirkt berührend und sympathisch nach einer langen Reihe von völlig anonymen Texten, die den Betrachter nicht eingebunden haben. Zitat-Einspiele sind hier in so hoher Zahl eingesetzt, dass sie irritieren. Ebenso verlocken zu viele Jahreszahlen, Daten und Fakten zum Weghören und/oder Abschalten.

Nr. 301 Einspiel vermutlich Debussy (ungenannt) - die erkennbare Fortsetzung der Musikeinspielung von Nr. 300

Wie schon nach der Objektnummer zu vermuten ist, handelt es sich hier um die ursprüngliche Bild-Nachbarschaft zu 300, der Text ist sehr datenlastig und erkennbar als Einführung in die gesamte Ausstellung geschrieben worden.

Nr. 304 Einspiel Musik, die ungenannt bleibt

Im Wesentlichen folgt der Text danach dem Wandtext, der eine Meta-Ebene, einen kunsthistorischen Zeitabriß, bespricht. Zu komprimierte und zu lange Sätze, vermutlich Katalog-Passagen.

Die Sprecher haben sich hier besonders dem Duktus des Nachrichtenlesens angeglichen. Das hinterläßt beim Hörer vor allem das Gefühl der Distanz.

Nr. 316 Monet, Cathedrale de Rouan

Der Text ist hier zu Beginn sehr geschichtslastig: „Zu Beginn des Jahres 1892 ...“

Weiters werden hier Zitat-Einspiele aus Briefen von Monet und Bemerkung über tägliche Entdeckungen in den Text genommen, aber nicht reflektiert eingesetzt. Es werden auch keine Fragen gestellt.

Nr. 322 Gauguin, Alysamp

Der Text beginnt wie folgt: „Die Problematik des ...“

So unvermittelt angesprochen, wirkt das Wort „Problematik“ geradezu als Stolperstein und Wortfalle, kann es doch vom lauschenden Betrachter nicht zugeordnet werden. Der Ausdruck „Problematik“ hält vom weiteren Zuhören ab. Da ist noch keine Referenz genannt (problematisch hinsichtlich ...), keine Ausgangssituation, nichts beschrieben – wie überhaupt wenige Texte mit einer Beschreibung des zu Sehenden eröffnet werden.

I.3 In der Ausstellung „MOZART. Experiment Aufklärung“

Die Audio-Guides sind in den Eintrittspreis inkludiert, werden in einem Raum, der zu einem der Ausstellungseingänge führt, freundlich ausgegeben und mit Mühe erklärt. Es werden Headsets ausgegeben, die besonders das Hören der Musikbeispiele komfortabel machen.

Die im anschließenden Protokoll hervorgehobenen Hörqualitäten werden zu Sympathieträgern, ebenso die Ansage der Stück-Länge und die einladende Aufforderung, doch nur so lange zu hören, als man Lust und Zeit dazu verspürt. Dieser Hinweis wirkt auf viele Besucher erleichternd.

Kritisch muß man zur Ausstellung anmerken, dass der Raum, den die Besucher zwischen den Objekten, Schaukästen und Flachbildschirmen zur Verfügung haben, viel zu eng bemessen ist. Das Angebot, mit einer Hörführung die Schau alleine zu erobern, wird vor Ort nahezu konterkariert. Vitrinen sind vor gerahmten Bildnissen derart platziert, dass ein nahes Hintreten unmöglich ist. Umgekehrt ist es zur Betrachtung der Autographen notwendig, sich über die Vitrinen zu beugen, was für Audio-Guide -Nutzer einige Zeit in Anspruch nimmt, die eingespielten Musikstücke erlauben ja das Mitlesen. Der Besucherstrom läßt es zudem meist nicht soweit kommen.

Ebenso werden die multimedialen Touchscreens, in den wenigen vitrinenlosen Raumecken aufgestellt, periodisch von den verbal und mehrsprachig geführten Gruppen umringt.

Es ist zuwenig daran gedacht worden, die Atmosphäre für den Einzelnen, der hörend unterwegs ist, ruhig zu halten. In einer Mozart Ausstellung, in der Musik im Zentrum steht, wären diese akustischen und räumlichen Probleme wohl vorhersehbar gewesen.

I.3.1. Hörprotokoll, erstellt am 03.05.2006

Gerätehersteller: Espro, Gerät Typ "exSite Premium™" mit Kopfhörern

Handling: einwandfrei, die Tasten reagieren schnell, auch mehrmaliges Vor- und Zurückschalten während des Hörens macht dem Gerät keine Probleme

Die Audioführung hat drei Ebenen:

1. Informationen zu den Objekten
2. Historische Daten und Informationen
3. Musik-Beispiele

Was vom Betreten der Ausstellung überzeugt, ist die Aufnahmequalität, besonders die Musikaufnahmen sind zu genießen.

- Einführung zur Ausstellung in der Albertina

- Vorinformation über die Ausstellungs-Architektur, die Ausstattung und die mitwirkenden Künstler

Man wird nicht so explizit wie in Berlin oder in Barcelona begleitet, aber sehr freundlich weitergewiesen.

Leider fällt gleich in den ersten Nummern (Nr.24) ein Schnittfehler auf, nämlich ein doppelter Anfang. Die Dramaturgie hingegen überzeugt von Beginn an. Es ist angenehm zu registrieren, dass jedesmal vor einem Einspiel und vor einem Musikstück ein Hinweis auf die Stoptaste erfolgt und so die Möglichkeit geboten wird, das Abhören abzukürzen. Das vermittelt Besuchern, die lange Musikstücke nicht durchhören wollen oder können, das Gefühl, man könne abkürzen.

Ebenso gerne nimmt man die Informationen über die angebotenen eingespielten O-Ton-Ausschnitte zur Kenntnis

Nr. 39 Ascania in Alba, von Mozart 15-jährig komponiert

Ein Hinweis auf seine schon deutlich flüssigere Notenschrift geht hier ab, da es zuvor einen ähnlichen extra gegeben hat und da die Handschrift in der Vitrine präsentiert wird, also während des Hörens vor den Augen des Betrachters liegt.

Wünschenswert wäre auch ein Hinweis darauf, wie oft und bei welchen Gelegenheiten resp. in welchem Rahmen diese seltenen frühen Opern bisher aufgeführt wurden.

Die ausschließlich mit Musikbeispielen besetzten Nummern werden im Audio-Guide vorangekündigt und erhalten (wie erwähnt) Hinweise auf die jederzeit mögliche Beendigung des Abhörens. Mit genügend Zeit ist das komplette Durchhören jeder dieser Aufnahmen ob ihrer Qualität ein Genuß.

Im größten Ausstellungsraum fällt besonders auf, dass man in etwa einem Meter Höhe immer wieder von Flachbildschirmen „aufgehalten“ wird, die Filmausschnitte, Dokumentationspassagen, Fotokollagen u.a.m. zeigen. Sie behandeln die Zeit Mozarts aus einem gesellschaftlichen Aspekt heraus, führen aber auch zum künstlerischen Schaffen der Gegenwart. Im Audio-Guide wird an keiner Stelle auf sie eingegangen.

I.4. In den Sammlungen des Lentos, Kunstmuseum Linz

Im Audio-Guide werden rund 60 Objekte vorgestellt. Nicht hinzugerechnet sind Texte, die die Sammlung in dem neuen Haus an der Donau betreffen, und solche, die die interessante Sammlungs-Geschichte und ihre Entwicklung thematisieren sowie Texte zur Vertiefung der angerissenen historischen und kunsthistorischen Aspekte.

An diversen Stellen in den jeweiligen Objekttexten sind Zitat- und O- Ton- Einspielungen zu hören, die von den Sprecherstimmen jeweils kurz eingeleitet und erklärt werden. Insgesamt wirkt das spannend, manchmal sehr narrativ. Im Fall der Künstlerinterviews bekommt man einen authentischen Eindruck über die Stimme und den persönlichen Ausdrucks. Der Höreindruck ist einem Radiobeitrag vergleichbar mit dem Unterschied, dass während des Zuhörens die Augen dem Erzählten folgen, Beobachtungen nachvollziehen, Behauptungen überprüfen und ins eigene Verstehen einordnen können.

Die sensible Annäherung im Text an das im O-Ton Gesagte macht das Zuhören noch leichter¹⁹.

Ganz auffallend wird in diesen Hörtexten darauf Rücksicht genommen, dass auch Fragen, in den Raum gestellt, beim Betrachter eigene Gedanken dazu auslösen können. So drängt eine einleitende Frage nach dem Blick des jungen Dargestellten bei dem Porträt des jungen Gurlitt von Lovis Corinth alle Gedanken zurück, die aufgrund des Informationsbedürfnisses nach „wer – was – wann“ aufkommen. Das macht für ein paar Momente frei für einen direkten Blick auf das Objekt. Von dieser Frage an, deren Beantwortung gar nicht eingefordert wird, ist der Weg offen, nach künstlerischen Kriterien zu suchen: wie hat Lovis Corinth den Abgebildeten ins Bild gestellt, was betont er, was möchte er erzählen?

Alle Informationen, die der Hörtext noch anschließt, stehen so viel unmittelbarer im Kontext.

I.4.1. Hörprotokoll, erstellt am 03.04.2006

¹⁹ Siehe die Anforderungen zur Textgestaltung II.2.2. Seite 30.

Gerätehersteller: Antenna Audio, die auch die Textredaktion und die Produktion in Zusammenarbeit mit den KuratorInnen Dr. Elisabeth Nowak-Thaller, auch stellvertretende Direktorin und Dr. Angelika Gillmayr, die das Vermittlungsteam leitet.
Geräte Typ: „x-plorer TM“, ein einfach zu handhabender MP3-Player, Kopfhörer

Die drei ersten Anwahlnummern gelten einer umfangreichen Einführung ins Haus:
Anwahnnummer 1: Einführung zum Gerät, zur Handhabung
Anwahnnummer 2: Begrüßung durch die Direktorin Stella Rollig
Anwahnnummer 3: Einführung durch den Architekten (Weber) zum Museumsbau

Lovis Corinth, Othello

O-Ton-Einspiel Peter Baum

Gustav Klimt, Zwei Damenporträts

O-Ton-Einspiel Peter Baum

Restauratorin Monika Roth

Carl Hofer, Mme Bailhache (russ. Tänzerin)

Musik-Einspiel

Oskar Kokoschka, Die Freunde

O-Ton Einspiel Peter Baum über die Malweise, über die Farbe und den direkten Farbauftrag

Oskar Kokoschka, Vater Hirsch, 1909

Zitat-Einspiel Kokoschka zur Person des Dargestellten, zum zornigen Blick und den großen Zähnen.

Egon Schiele, Doppelporträt Vater und Sohn Benesch

Lovis Corinth, „Der junge Gurlitt“, Porträt des Kunsthändlers Wolfgang Gurlitt, 1917
Vergleich mit dem Katalogtext dazu: während sich der Text im Katalog hier auf die Beziehung von Gurlitt und der Sammlung des Hauses (Neue Galerie Linz) konzentriert, beginnt der Text im Audio-Guide mit einer Frage, die sich beim ersten Blick auf das Bild stellen mag: Besitzt dieser Junge Mann nicht einen unwahrscheinlich durchdringenden Blick?
Er rückt auf den Besucher zu ... der Maler kommt dabei fast ohne Farben aus ... seine Haltung ... endlich die Frage nach der Person: wer ist es?
Obwohl da wie dort – im Katalog wie im Hörtext – die Informationen über Gurlitts immense Bedeutung für die Sammlung eingearbeitet sind, ist es jeweils komplett anders formuliert, steht in anderem Zusammenhang und so ist es durchaus kurzweilig, sich noch vor dem Objekt mit beidem zu beschäftigen. Das bietet sich an, liegt doch in der Mitte des Raumes ein Handkatalog auf, der sich sogar bequem auf den Sitzgelegenheiten durchblättern läßt.

Nr. 151 Helene Funke (1869 Chemnitz – 1957 Wien) Drei Mädchen, 1915
Funke setzt sich hier mit Paula Modersohn-Becker, mit ihrer Malweise, Komposition und Farbgebung auseinander.

Nr. 123 Gabriele Münter (1877Berlin – 1926 Nürnberg), Der blaue See, 1954
Gemeint ist der Staffelsee bei Murnau in Bayern
Zitat-Einspiel von Gabriele Münter über ihre retrospektiven Gedanken zur Murnauer Zeit und der damaligen künstlerischen Entwicklung
Vertiefungshinweis: Expressionismus – wörtlich: „Möchten Sie noch mehr zum Expressionismus hören, drücken Sie jetzt bitte die grüne Taste“

Oskar Kokoschka, Porträt der Stadt Linz

Hier beginnt Musik Einspiel des Donauwalzers noch vor dem Text, anfangs ist eine Fanfare darüber zu hören, gleich danach der Künstler im Zitat zu Linz: „So was Fades hab ich noch nie gesehen, aber ich werde etwas daraus machen“ – lockeres Bonmot, das den Humor von OK hervorhebt.

Otto Mueller, Badende Mädchen, 1920

Zu den Tönen eines Instrumentalkonzerts kann man – noch ohne Text – darüber nachdenken, dass die Musik wohl in dieser Zeit gespielt oder gehört wurde, ein Zitat des Künstlers ist zu hören und der Vertiefungs-Hinweis auf den deutschen und französischen Expressionismus: auch im vertiefenden Text ist Bedacht genommen auf einfache Sprache mit genauen Angaben zu Personen und Orten in kurzen Sätzen, die rhythmisch strukturiert sind, aber nicht simpel gehalten.

Große Plastik in der Raum-Mitte

Tony Craig, New Curley – neues Gekräusel aus der Reihe Early Forms

Im Audiotext wird die Kunststoff-Plastik im Raum gut erklärt und ihr Gegensatz zur klaren Formensprache des Hauses herausgegriffen

Carel Appel, Prozession zweier Köpfe unter der Sonne, 1957

Der Hörtext beginnt mit einer Schilderung zur Farbgebung vor dem Hintergrund von Jazzmusik- dann O-Ton Einspiel von Prof. Peter Baum, der Ehemalige Direktor und langjährige Leiter der Sammlung. Er spricht über Jazz und Improvisation in beiden Bereichen, der zeitgenössischen Musik wie der Malerei und er geht auf die Gewohnheit des Künstlers ein, seine Werke unter dem Einfluß dieser Musik zu malen.

Dann ein Hinweis auf vertiefenden Text zur Stilrichtung der „Informel“ in Europa, der „l'art informel“ in Frankreich und des Tachismus

1.5. In den Staatlichen Museen Berlin, Antikensammlung (Pergamon Museum) und Vorderasiatisches Museum auf der Museumsinsel

Der Eingangsbereich des Hauses bleibt aufgrund seines beeindruckenden Platzangebotes gut in Erinnerung. Übersichtlich geteilt in den Kassen- und in jenen Bereich, in dem Audio-Guides angeboten werden. Die jährliche Besucheranzahl nähert sich einer Million, dem wird hier Rechnung getragen. Auch am Ausgang, wo die kleinen Geräte und die Kopfhörer zurückgegeben werden, ist dafür ein langer Tresen vorbereitet. An jedem Platz waren zumindest zwei MitarbeiterInnen beschäftigt. So ist beim Ausleihen und beim Abgeben Zeit für Anmerkungen oder Fragen. Nahezu jede(r) BesucherIn nimmt ein Audiogerät in Anspruch. Ausgegeben werden die MP3 Geräte „x-plorer™“ mit sehr leichten Kopfhörern, ein zusätzlicher Komfort, der die Hände frei läßt.

Dieses Museum bietet mehrere vor Ort errichtete antike Monumentalbauten. Der zur Antikensammlung des Museums gehörende Altar von Pergamon, im 19. Jh. wiederaufgefunden, zählt zu den bekanntesten Monumenten der Museumsinsel.

Die Zusammenstellung der originalen Friesplatten und die Rekonstruktion eines Altardrittels, sowie der großen Treppe im Maßstab 1:1 waren schon nach der Eröffnung des "Pergamonmuseums" in den 1930er Jahren ein Publikumsmagnet. Das scheint unverändert, konnte die Verfasserin bei ihrem Besuch am 30. Mai 2005 bemerken. Trotz gewaltiger

Umbauarbeiten, die die gesamte Museumsinsel betrafen und den Zugang über Baustellengelände leiteten, war das Haus an einem Dienstag Nachmittag äußerst rege besucht. Die Hörtexte erzählen viel von der Fundgeschichte und davon, dass das berühmte Altarfragment dem ganzen Haus seinen Namen gegeben hat. In einem angrenzenden Bereich wird die zweistöckige Fassade des römischen Nordtores der kleinasiatischen Stadt Millet präsentiert, des weiteren ein prachtvolles babylonisches Tor mitsamt einer mit blauen Fliesen ausgelegten und reichem Dekor geschmückten Prozessionsstraße: Das Ishtar-Tor von Babylon, 6. Jh. v. Chr.

In allen Bereichen begibt man sich - begleitet, angeregt und geführt von angenehmen Stimmen aus dem Gerät an verschiedene Positionen der mehrstöckigen Architekturfragmente.

Der Unterschied zu einem Haus mit kleinen in Vitrinen und an den Wänden präsentierten Objekten ist evident. Im Hörtext kann hier in den narrativen Zusammenhängen viel Datenmaterial eingearbeitet werden. Zudem sind interessante Reaktionen der umherwandernden Besucher zu beobachten:

Gelassen etwa kann man sich vor dem Bauwerk stehend mit den zugehörigen Baudaten beschäftigen. Die Augen halten dort, wo sie vom Text hingelenkt werden.

Was sich sehr hilfreich auswirkt, sind mehrmalige Wiederholungen dieser Daten über derart lange zurückliegende Epochen. So ergibt sich die Möglichkeit, an szenisch gestalteten Friesen entlang schweifend, das Gehörte zu verinnerlichen.

Auch das Besteigen einer langen Altartreppe während des Zuhörens und die Möglichkeit, sich dabei immer wieder niederzulassen, erleichtert das Aufnehmen von Zahlen, Daten und Fakten in ähnlicher Weise.

Über einen halben Tag lang hat die Verfasserin die Reaktionen der Besucher beobachtet und herausgefunden, dass der Text im Audio-Guide in diesem Museum bis zu drei Minuten ohne Sprecherwechsel dauern kann, wenn dazu im Raum geschaut und umherspaziert werden darf. Voraussetzung dafür ist der professionell gelesene und abwechslungsreich gestaltete Inhalt mit O-Ton Einspielungen und atmosphärischen und musikalischen Zitaten.

Nicht ein einziger Besucher konnte an diesem heißen Mainachmittag beim Abschalten beobachtet werden. Mit Interesse zuhörend wandelten die Besucher langsamen Schrittes durch die weiten Hallen oder hatten es sich vor den beschriebenen Objekten in Lausch-Position bequem gemacht.

In den archäologischen, narrativ aufbereiteten Informationen haben die Textautoren zudem immer wieder freundliche Aufforderungen eingebaut, sich ja genug Zeit zu lassen, zwischen den Epochen doch ruhig einmal abzuschalten und das Gesehene noch einmal auf sich wirken zu lassen.

„Nichts drängt Sie“ meint die Stimme im Ohr sinngemäß, „gönnen Sie sich eine Pause“. In jeder Richtung findet man mit den Anwahlnummern wieder in den richtigen Text.

Kleine Querverweise führen dann zu den vertiefenden Ebenen, in denen man viel archäologisches Grundwissen, aber auch Näheres zu den politischen Umständen in den verschiedenen Epochen findet.

I.5.1. – Hörprotokoll, erstellt am 30.05.2005

Geräte-Hersteller: Antenna Audio MP3 Player mit Kopfhörern

Textproduktion: Antenna Audio gemeinsam mit den zuständigen Kuratoren des Hauses

Mehrere Führungen werden werden angeboten:

1: Highlight Tour

2: Lange Führung

Es werden eine vertiefende Ebene, eine ausführliche Einführung und die Begrüßung angeboten.

Vom erwähnten moderierenden Sprecher wird man sehr persönlich willkommen geheißen, direkt angesprochen und dort abgeholt, wo man mit dem Audio-Guide gerade steht: in der großen Halle vor dem Altartempel etwa.

Diese Ansprech-Ebene wird auch zwischen den Objekten und in den Räumen immer beibehalten, begleitend spricht die Stimme aus dem Off immer die Raumsituation an: „Gehen Sie zum linken Eingang durch den Saal ... wählen Sie dann die grüne Taste“.

Diese begleitende Stimme schlägt auch vor, wann und wie man einander wieder trifft: „Wenn Sie vor dem Mosaik stehen und sich links wenden, werde ich Sie dort erwarten/ dort treffe ich Sie wieder!“. Männliche und weibliche Sprecher wechseln einander pro Bereich ab.

Musik-Beispiele werden spärlich eingesetzt, erinnern und unterstützen dezent dazupassende Assoziationen, und akzentuieren gut ohne dabei aufdringlich zu sein. Es sind instrumentale Beispiele, die atmosphärisch unterstützen.

I.6. In der Ausstellung „1945 – Der Krieg und seine Folgen, Kriegsende und Erinnerungspolitik in Deutschland“ vom 28.04. – 23.10.2005 in der Ausstellungshalle von I. M. Pei des DHM, hinter dem Zeughaus

Die Hörführung für Erwachsene ist einer personalen Führung ähnlich strukturiert, dem Eindruck nach für didaktische Zwecke entworfen, offensichtlich für Lehrer. Die ausgewählten Objekte sind Erinnerungsgegenstände, manchmal Kunstgegenstände, Bilder, Fotografien und Schriftstücke, die diesen historischen Zeitabschnitt dokumentieren.

Wesentlicher sind die Hör-Informationen an der räumlichen Struktur der Ausstellung ausgerichtet. Zu jedem Objekt werden Informationen zum historischen Hintergrund angeboten. In dem betreffenden Zeitabschnitt der Ausstellung wird dieser Zusammenhang dann ein weiteres Mal wiederhergestellt.

Besonders lebendig wirken dabei die Texte mit O-Ton Einspielungen von Zeitzeugenberichten und historischen Originalaufnahmen.

Die Hörführung für Jugendliche ab 12 Jahren folgt einem dramaturgisch aufgebauten Programm und ist szenisch aufbereitet.

Die beiden Protagonisten „Anna“ und „Max“ sind zwei junge Besucher, die als Geburtstagsgeschenk eine Zeitreise erhalten, die durch die Ausstellung führt. Auch hier sind O-Ton Einspielungen von Zeitzeugen und historische Tondokumente inkludiert, darüber hinaus aber noch zahlreiche Geschichten über Herkunft und Bedeutung der ausgestellten Objekte.

Die Verfasserin hat Ende Mai 2005 dieses Angebot konsumiert. Der Audio-Guide wurde sehr freundlich an der Kassa empfohlen unter dem Hinweis, am heutigen Tag (Dienstag) sei er gratis zu haben. 90 Minuten lang wurde man für zwei Euro informiert. Für Jugendliche ab 12 Jahren gab es eine eigene szenisch entsprechend aufbereitete Hörführung, die 60 Minuten dauerte und die gratis für Jugendliche unter 18 Jahren angeboten wurde²⁰. Dazu wurde auf der museumspädagogischen Website wie folgt eingeladen: „Die Jugendlichen können einer Unterhaltung von Anna und Max, zwei jungen Besuchern, folgen und erfahren darüber Geschichten zu einzelnen Objekten und deren historischen Hintergründe. Zu hören sind zusätzlich Originaltöne und Zeitzeugenstimmen.“

I.6.1. – Hörprotokoll, erstellt am 29.05.2005

²⁰ Inhalt und Aufbereitung dieser Audioführung wird in dieser Arbeit auf Seite 23 berücksichtigt.

Gerätehersteller: Antenna Audio

Gerätetypus: „Easy TM“, ein längliches, keulenförmigen Gerät
Oder ein „x-plorer TM“ mit Kopfhörern

Nach der Kasse darf man zwischen einem länglichen Hörgerät oder einem sogenannten Headset (Kopfhörer) wählen. Anwählbar sind zwei Nummernserien, die eine Hörtext-Führung für Erwachsene und eine für Jugendliche ab 12 Jahren anbieten.

Szenisch – dialogisch aufbereitet, handelt es sich um eine Zeitreise als Geburtstagsgeschenk. Zum Einstieg in jede Szene wird ein spezieller Geräusch- Jingle ausgelöst, was sich irritierend anhört und ein wenig „dick aufgetragen“ scheint. Unter den eingespielten historischen Dokumenten in recht guter Tonqualität finden sich vor allem Radiosendungs-Ausschnitte, in denen Zeitzeugen zu Wort kommen, aber auch historische Tonaufnahmen zu hören sind.

Die Hörspiel-ähnlichen Dialoge wirken ziemlich belehrend, die Stimmen lösen einander ab und sind verschiedengeschlechtlich. Eine Sprecherin mit etwas spröder, dunkler, aber warmer Stimme fällt auf und macht einmal mehr deutlich, dass im Audio-Guide jede Stimmwahl auf die Waage gelegt werden sollte²¹.

I.7. Im Museu Maritim Barcelona, Schifffahrtsmuseum

Vor Ort war zunächst nicht herauszufinden, in welchem Jahr die Audio-Guides entstanden waren. Die Kunsthistorikerin Dr. Eva Wesemann, Mit-Geschäftsführerin und Textautorin von Antenna Audio Berlin, gab später im Gespräch die Mitte der neunziger Jahre als Entstehungsdatum an. Sie erinnerte sich an die deutschen Übersetzungen und daran, dass die französischen Kollegen von Antenna Audio die Redaktion über hatten. Auch dort wurde vor Ort mit den Historikern und Kuratoren des Hauses zusammengearbeitet.

Die Texte überzeugen besonders, weil sie kaum technische Fachvokabel enthalten, jeden historischen Ausdruck aus dem Handwerksvokabular genau erklären und die Epochenangaben mit Worten anstatt mit Zahlen festhalten – also Mitte des 17. Jahrhunderts anstatt 1656. Die Nachbaumodelle vor den bautechnischen Vitrinen sind immer mit Namen angesprochen, man erfährt immer ein wenig über die Geschichte ihrer Bauherren und der Schiffsbesatzung und hört meist eine Minute vor dem Einsatz der Erzählstimme schon sehr sensibel eingespielte Musik der betreffenden Zeit.

Musik – und Geräusch- Einspielungen sind hier auch auffallend gut im Verhältnis zum Volumen der Sprecher-Stimmen abgemischt.

²¹ Auf die Aspekte der Stimmauswahl wird im Kapitel II.2.1. auf Seite 29 genauer eingegangen

I.7.1. – Hörprotokoll, erstellt am 29.03.2006

Gerätehersteller: Antenna Audio
Gerätetypus: X-plorer TM, Kopfhörer

Der beeindruckende Gebäudekomplex, Jahrhundertlang königliche Schiffsbauwerft, beeindruckt mit seiner gotischen Grundsubstanz schon im Entrée. An der Kasse wird man freundlich auf den im Eintritt (sechs Euro) inkludierten Audio-Guide aufmerksam gemacht, der in den sieben Sprachen erhältlich ist : katalanisch, spanisch, englisch, deutsch, französisch, italienisch und japanisch. Die Bedienung ist einfach, es finden sich eine Begrüßung und mehrere Ebenen zur Vertiefung.

Die erste anwählbare Information bietet vom Standort aus einen Überblick über die mehrere Stockwerke hohe Halle an. Der Großraum hat ein Leitsystem, das ohne die Hilfe des Audio-Guide nicht so einfach zu durchschauen wäre. Zunächst wird man von Schiffsmodellen in Originalgröße angezogen, ganz besonders von einer die Mitte des Hauses einnehmenden Galeere aus dem 16. Jahrhundert. Dem erklärenden Hörtext entnimmt man dann, wie die Wege, Brücken und Stege angelegt sind, die die Besucher schließlich rund um das Schiff und auch hoch hinauf führen.

Nach dem instruktiven Einleitungsteil wird man von der Frühzeit an durch die Bootsbaugeschichte Europas geleitet. Sehr instruktive, aber einfache Texte bleiben bei den Beschreibungen, die durch die – ebenfalls sehr instruktiv gehaltenen – Vitrinen unterstützt werden. In den vertiefenden Textebenen erfährt man neben Daten technische Details zu den Bauweisen.

Es liegt vor allem an den Texten, den Modellen und ihren malerisch gestalteten Bauplänen, dass man nach kurzer Zeit schon an der Geschichte des katalanischen Schiffbaues Gefallen findet.

Anders als in einem Kunstmuseum ist man hier aufgefordert, technische Zusammenhänge nachzuvollziehen, die man mit ruhiger Stimme, abwechselnd von männlichen und weiblichen Sprechern beschrieben bekommt. Durch zahlreiche Geräusch-Einspielungen von Wind, Wellen und Ruderschlägen glaubt man sich unversehens am Wasser.

Im Einleitungsmodul wird man gesondert darauf hingewiesen, dass der Audio-Guide zweimal beim Rundgang ausfallen wird. An diesen Stellen wird sich über Funk gesteuert eine Bespielung zuschalten, die einmal szenisches Theater, das andere Mal den Ton zu einem Film wiedergeben wird.

Diese Ausnahme-Stellen funktionieren tadellos, das szenische Theater findet auf der Brücke der Galeere statt und ist voll der überraschenden Informationen über diese Zeit und das Leben der rudernden Sträflinge.

Auch die filmische Unterbrechung, die in einem eigenen Bereich stattfindet und die glorreiche Zeit der katalanischen Handelsmacht erzählt, ist eine lebendige und kurzweilige Bereicherung der Audioführung.

I.8. In der Fundació Miró, Barcelona

Das Museum ist eines der touristischen Hauptanziehungspunkte, es wird laufend von Busladungen voll Besuchern aus der ganzen Welt besichtigt. Das hat das Museumsmanagement offenbar zu strengen Maßnahmen veranlaßt.

Jede Gruppe erhält nur ein Audio-Guide- Gerät, das ein direktes Anwählen der Objektnummern erlaubt. Die übrigen Gruppenteilnehmer erhalten Kopfhörer, die durch einen Funkempfänger

von diesem Audio-Guide- Gerät versorgt werden. So ist ein individuelles Hören der Informationen oder ein selbständiges Erobern der Räume nicht möglich. Diese museumspädagogische Maßnahme deutet darauf hin, dass sich in der Mehrzahl schwer zu bändigende Gruppen im Hause aufhalten, viele Schulklassen, aber wohl auch viele Sightseeing-Touristen. In diesem Sinne wurde auch der Besuch des Lehrgangs vorbereitet, die Anfrage nach Audio Guides wurde als Anfrage nach einer Gruppen-Führung verstanden. Dem entspricht schließlich auch die Aufbereitung der Texte. Es handelt sich um didaktisch aufbereitetes Material, das sowohl im Audio-Guide als auch auf der Website abzuhören ist und auch in schriftlicher Form aufliegt.

Diese Form der Audioführung sieht sich selbst schwerpunktmäßig als Lehrbehelf und entspricht auch vielen Führungen durch historische Prachtbauten, Sakralbauten oder Grabungsstätten.

I.8.1. – Hörprotokoll, erstellt am 31.03.2006

Gerätehersteller: Antenna Audio,
Gerätetypus: x-plorer TM, allerdings nur ein Gerät für die führende Person, der Rest der Gruppe erhält Kopfhörer

Die Texte zu den Objekten sind interessant anzuhören, ein wenig trocken, kommen ohne O-Ton-Zuspiele aus, auch ohne Geräuscheinpielungen. Musik ist manchmal unterlegt, ist aber schlecht ausgepegelt. Die Hörqualität scheint auch an der Wiedergabe durch das Abspielgerät zu liegen.

Auch formal hört man an manchen Stellen die Sprecherstimmen gegen die Musikeinspielungen ankämpfen, was jeden professionellen Eindruck schmälert. Dafür gibt es zu Kunstrichtungen und zu Biografien immer wieder vertiefende Anwählmöglichkeiten.

Es fällt auf, dass manche Texte mit der aktuellen Aufstellung nicht übereinstimmen. Es findet sich darüber auch kein Hinweis an die Besucher, auch nicht im Hörtext. Auch die Fremdwortlastigkeit fällt zeitweise auf, vor allem, weil die Fachausdrücke ohne unterstützende Erklärung bleiben.

Da es sich um das Museum Juan Miró handelt, stehen das Werk des spanischen Künstlers und seine Beziehung zu Zeitgenossen sowie die biografischen Informationen im Vordergrund. Gut überlegt ist in den Texten zu den Werken die Analyse seiner Malweise integriert, auch die Erklärung seiner künstlerischen Entwicklung, sein Verhältnis zur Malerei, zur Skulptur, auch zum Theater und zur Textilkunst. Hier eine englische Text-Probe aus dem ersten Raum im Erdgeschoß:

„Throughout his life, Joan Miró took a particular interest in the diversity of materials, forms and colours. It led him to explore and experiment with different art forms such as painting, sculpture, printing techniques, ceramics, the theatre, and tapestry.“

Die Texte gehen aber nicht vom Anspruch aus, lebendig zu wirken, im wesentlichen sind es trocken gelesene Informationen, manche Werke werden mit Musik unterlegt besprochen, die Sprecher wechseln einander innerhalb eines Textes nicht ab und bleiben immer auf gleicher Distanz, nämlich auf der des didaktischen Moderators.

II RECHERCHE UND AUSARBEITUNG DER BEISPIELTEXTE IN DEN MUSEEN UND AUSSTELLUNGEN

Die Kunstvermittlerinnen Mag. Beatrice Jaschke und Dr. Nora Sternfeld vom Verein „schnittpunkt. ausstellungstheorie & praxis“ organisierten am 17. Jänner 2004 im Rahmen der Veranstaltungsreihe „wer spricht – Reflexionen zur Vermittlung“ einen Wochenend-Workshop, der Audio-Guides und ihre Autorität respektive ihre Autorschaft im Ausstellungs- und Museumsbereich untersuchte.

Die aus diesem Anlaß von „schnittpunkt.ausstellungstheorie & praxis“ herausgegebene Textsammlung, die später in Buchform erschien, diente dieser Arbeit als Grundlage. Jaschke und Sternfeld gingen in ihrer Einführung davon aus, dass „Audioführungen in den meisten Ausstellungshäusern Standard geworden sind, theoretische Reflexionen und Auseinandersetzungen gibt es jedoch noch wenig.“²²

Daran scheint sich nichts geändert zu haben, auch die Gespräche im Vorfeld dieser Arbeit zwischen November 2005 und Mai 2006 mit den Textverantwortlichen im Kunsthistorischen Museum, im Lentos und bei Antenna Audio in Berlin bestätigten den Mangel an einschlägiger Literatur. Je beliebter der Einsatz neuer Medien im Ausstellungsbereich wird, desto gefragter sind auch Textautoren, doch bezieht sich der multimediale Einsatz zunächst auf die Verwendung von Film- und Videotechnik-Arbeiten.

Der Audio-Guide und seine Möglichkeiten haben dadurch kaum höheren Status erlangt. Wo inhaltlicher Anspruch und eine hörkomfortable Umsetzung zusammentreffen, stehen nachweisbar engagierte VermittlerInnen, professionelle AutorInnen und RedakteurInnen dahinter.

Es soll nicht übersehen werden, dass der erste Schritt immer umfangreiche Recherche umfasst und ein Team, bestehend aus Wissenschaftlern, Restauratoren und Kuratoren, große Mengen an Material im Vorfeld zusammenholt.

Gerade weil ein fertiger Katalogtext nicht hinreicht, hängt viel inhaltliche und methodische Kompetenz an diesen Recherchen.

In technischen und ethnologischen Museen etwa steht der authentische Wert der Objekte im Vordergrund. Auch Unterlagen über ihren Erwerb, über ihre Herkunft können sich im Text niederschlagen.

Bei zeitgenössischer Kunst wieder ist die Beschreibung von Arbeitsschritten, die vom Künstler kommentiert werden, eine Option.

Bei allen Objekten und Installationen gibt es überdies spannende Aspekte der Erhaltung. Restauratoren können auch den Transport und Erhalt der Objekte oder das verwendete Material schildern. Das Zusammenspiel all dieser Vorgänge kann in der Audioführung seinen Niederschlag finden.

An den Beispielen der Zusammenarbeit des Lentos Kunstmuseum Linz mit Antenna Audio in Berlin zeigt sich das besonders deutlich.

II.1 Die Zusammenarbeit im Team

II. 1.1 zwischen dem Lentos Kunstmuseum Linz und dem Team von Antenna Audio Berlin

²² B.Jaschke, Ch. Martinz- Turek, N.Sternfeld, *Wer spricht? Reflexionen zur Vermittlung-audioguides. Textsammlungen u.Arbeitsmaterialien.*, S.7 ff

Die Voraussetzungen waren denkbar günstig, meinten die stellvertretende Direktorin und Kuratorin Dr. Nowak-Thaller und die Leiterin der Kunstvermittlung Dr. Gillmayer im Gespräch²³ – Der Neubau des Hauses, die dadurch geplante Neuaufstellung der Sammlung und das in diesem Zusammenhang bereitgestellte Budget ließen ein zügiges und eigenverantwortliches Vorgehen zu. Beide Kunsthistorikerinnen waren durch ihre langjährige Mitarbeit mit der Sammlung und den Künstlern vertraut, waren im Vorfeld schon an internationalen Museen prüfend tätig gewesen und hatten durch eigene Überzeugung zur deutschen Niederlassung des Audio-Konzerns Antenna Audio gefunden.

Die Hauptaufgabe in der Recherche-Phase lag im Sammeln aller möglichen Daten und Informationen zu den Sammlungsobjekten. Miteinbezogen wurden bewußt auch Künstlergespräche, sofern aufgezeichnet, Statements der Architekten, des Direktors, der Kuratoren bei Ausstellungseröffnungen zu wichtigen Sammlungsvertretern. Wie beide im Gespräch betonten, wußten sie es sehr zu schätzen, dass ihnen von Direktor Peter Baum völlige Handlungsfreiheit gewährt worden war. Von Anfang an habe ihnen zudem ein ausreichendes Budget zugestanden.

Die Treffen mit den Berliner Kolleginnen waren zahlreich und fanden immer wieder vor den gemeinsam ausgewählten Objekten statt. Ebenso wurden die Vorstellungen und Wünsche abgeglichen, biografische Daten recherchiert und weitere Interviews mit Künstlern möglichst gemeinsam durchgeführt. Über zwei Monate dauerte die Arbeit an den ersten Textentwürfen, die rege und kontinuierlich zwischen Linz und Berlin kommuniziert wurden. Künstler für Künstler und Objekt für Objekt entstanden so die Gestaltungsvorschläge und Rohkonzepte für einen Text, der alle Gestalter zufriedenstellte. Die Kommentare und Ergänzungen kamen immer von beiden Seiten und hielten den Eindruck der Teamarbeit aufrecht. Die Arbeit am endgültigen Text, das Ringen um die richtigen Worte, so Nowak-Thaller und Gillmayer im Gespräch übereinstimmend, dauerte noch einmal vier bis sechs Wochen. Zu den Studioaufnahmen wiederum kamen die Linzer Kunsthistorikerinnen nach Berlin und konnten durch persönliche Auswahl „ihre“ Stimmen finden. Das Know How der Antenna Audio Kolleginnen bezeichnen Nowak-Thaller und Gillmayr als sehr bereichernd. Das Wissen um die richtigen Einspielungen, die Idee zu den atmosphärischen oder musikalischen Anreicherungen – alles war zur Zustimmung stets von Berlin nach Linz gereicht worden. Nichts sollte ohne Übereinstimmung geschehen. Im Gefühl gegenseitiger Konkurrenz wäre das nicht möglich gewesen.

Andererseits war auch die Vorarbeit des Lentos Teams beachtlich, das oftmalige prüfende Hören in anderen Häusern und die daraus folgende Entscheidung mit dem Audio-Guide Objekt- und Künstler-Geschichten erzählen zu wollen, die akustischen Möglichkeiten von Feature und Dokumentationen zu nutzen. Das half dem gegenseitigen Verständnis, man brauchte sich nicht zu einheitlichen Aspekten „zusammenzuraufen“.

Angenehm beraten und unterstützt fühlten sich die Mitarbeiter des Lentos Kunstmuseums auch bezüglich der technischen Geräte.

Der Eröffnungstag des neuen Hauses wurde auch zum ersten Einsatztag des neuen Audio-Guides und die Berliner ließen es sich nicht nehmen, selbst am Ausgabebüchsen die Geräte beratend zu vergeben.

II. 1.2 Zwischen dem Da Ponte Institut und dem Museum der Wiener Albertina Im Rahmen der Ausstellung „MOZART. Experiment Aufklärung“

Im Ausstellungsprojekt war von Anfang an die Erstellung eines Audio-Guide konzipiert, betont Ausstellungskurator Dr. Reinhard Eisendle im Gespräch am 3. Mai 2006. Man wollte sich an die

²³ Siehe das transkribierte Gespräch, Anhang a.2. Seite 43ff

durchaus positiven Erfahrungen halten, die man im Verlauf der Mailänder „Salieri-Ausstellung“ 2005 gemacht hatte. Ansonsten, fügt er hinzu, hatte man eher negative Eindrücke aus Museen und Ausstellungen in Erinnerung, vor allem hinsichtlich von Musik-Einspielungen.

Es war aber nicht die Absicht des Instituts, Angebote bei Firmen einzuholen oder in vergleichbaren Institutionen und Ausstellungen Probe zu hören. Dieser Part wurde von den Mitarbeitern der Albertina übernommen. In gleicher Weise verfuhr man mit der Wahl des Audio-Guide- Geräteherstellers.

Die Erstellung der Audio-Guide- Inhalte behielt sich das Institut vor, so Dr. Eisendle, der mit Dr. Lachmayer gemeinsam die Mozart-Ausstellung kuratierte. Der Text entstand durch gemeinsame Begehungen der fast fertigen Schau mit der Hilfe eines digitalen Aufnahme-Gerätes. Dr. Beelitz als Kunstvermittlerin der Albertina ließ sich von Eisendle Objekt für Objekt erklären und nahm die Erklärungen inklusive ihrer Fragen und Antworten auf. Aus dem Material und den wissenschaftlichen Unterlagen verfaßte sie dann die einzelnen Textpassagen für den Audio-Guide, die vom Co-Kurator Eisendle nach eigener Aussage noch aufmerksam gelesen und mehrmals korrigiert worden sind.

Die Ausstellungsobjekte für die Texte auszuwählen fiel schwer, da viele Objekte unter besonderen Bedingungen aus Sammlungen geliehen wurden. Die Autografen etwa werden aus licht- und klimatechnischen Gründen nach Ablauf von sechs Wochen aus den Vitrinen entfernt und gegen andere Objekte ausgetauscht. So durfte man bei der Auswahl der Texte nicht riskieren, dass beschriebene Objekte eventuell nur bis zur Halbzeit der Ausstellung gezeigt werden können.

Ausstellungs- und Institutsleiter Dr. Herbert Lachmayr ergänzt, dass ihn audielle Informations-Elemente schon lange beschäftigten und er ursprünglich in der Mozart-Ausstellung seines Institutes kleinen Stelen mit Postulaten angedacht hatte, die Mozart „in den Raum stellen“ sollten²⁴.

Schon während der kurzen, aber heftigen Zusammenarbeit (Eisendle) wäre die Frage der Konkurrenz- Situation des Audio-Guide zur personalen Vermittlung in Teamsitzungen mit den Albertina Mitarbeitern diskutiert worden. Weder zu anderen in der Ausstellung eingesetzten Medien noch zu den personalen Führungen war der Audio-Guide als Konkurrenz je gedacht gewesen.

So wie das Vermittlungsteam der Albertina die Fragen nach der Geräte- und der Produzentenauswahl übernommen hatte, wird der Audio-Guide nach dem Ende der Ausstellung auch von dort aus evaluiert werden. Abschließend läßt sich noch bemerken, dass sich eine Ausstellung über das Leben und die Umgebung eines Komponisten ohne eine audielle Informationsschiene einer wichtigen Ausdrucksmöglichkeit berauben würde.

II.2 Die Anforderungen an die Textgestaltung

Für den durchschnittlichen Museums- und Ausstellungsbesucher zeigt sich die Professionalität einer Audio-Guide Führung in der Stimme. Sie begleitet ihn, führt ihn oder aber belehrt ihn. Gehört diese Stimme einem Nachrichtensprecher, womöglich aus Radio und Fernsehen bekannt, stellt sich das Gefühl ein, man verfolge die Nachrichten. Man spürt sie, noch bevor man sie erkennt, als eine unpersönliche Stimme von kühler Distanz. Mit dieser Stimme

²⁴ Siehe dazu im Anhang a.3 .Seite 49

bekommt man Tausende Tote nach einem Erdbeben, Hunderte Vermißte nach einem Flugzeugabsturz oder den Eklat einläßlich eines politischen Treffens mitgeteilt. Das kann einem Audio-Guide nicht entsprechen. Die beliebtesten Hörtexte im genannten Bereich zeigen, dass der Charakter und der Einsatz der Sprecherstimme am schnellsten wahrgenommen und beurteilt wird.

Das Gefühl eine besondere Information vor Objekten, vor Installationen oder alten Bildern zu erhalten, macht neugierig. Es wirkt vertraulich, wenn uns die Stimme auf Spannendes, Rührendes und Erstaunliches hinweist. Und wir sind dieser Stimme, als hörende und schauende Besucher, durchaus zugetan, wenn sie uns freundlich und sympathisch – ohne jede Distanz – Gedanken oder Anregungen anbietet.

Daran ist der Text beteiligt, aber auch das Arrangement der Ein- und Zuspelungen, die Aufnahmetechnik, die Regiearbeit und der Schnitt. Es ist dies freilich kein Ratschlag zur Übertreibung, nämlich aus der Stimme im Ohr eine distanzlose, übergriffige Schmeichelei werden zu lassen, wie man das aus Werbe-Einschaltungen kennt.

Die Stimme aus dem Off ist ein Terminus, den die Filmbranche schon lange kennt. Der von Dawid & Schlesinger verwendete Titel²⁵ spielt darauf an. Eine solche Stimme im Audio-Guide stellt sich räumlich hinter unsere Schultern, raunt uns zu, sagt ein. Wie spricht sie? Kennen wir ihr Idiom, ihren Ausdruck – oder signalisiert sie gleich, dass sie wohl aus einem Nachbarland kommt? Akzent, Sprachmelodie, Ausdruck und Idiom unserer Umgebung sind das wesentlichste Merkmal für die „Stimme aus dem Off“, um Vertrautheit zu erzeugen. Das ist sehr einfach mit Besuchern aus Österreich und Deutschland zu beweisen.

So hängt es für viele an der Farbe, dem Klang und der Aussprache einer Stimme, um als sympathisch registriert zu werden und ihre ungeteilte Aufmerksamkeit zu erhalten. Ist es tatsächlich die Stimme eines bekannten Schauspielers und erzählt sie spannend, stört der Wiedererkennungs-Faktor kaum. Der Schauspieler ist wohl schon in der Rolle eines Erzählers aufgetreten, hat große Monarchen gespielt, kann durchaus mit dem Gehörten im Audio-Guide und seinen bekannten professionellen Rollen gleichzeitig verbunden werden. Gehört diese Erzählstimme des Audio-Guide einem Nachrichtensprecher, einem bekannten noch dazu, wird sie gleichsam einen Pfahl in des Besuchers Ohr treiben: je nach Empfindlichkeit bringt der/die BesucherIn das Bild des Nachrichtenkommentators schlecht in Verbindung mit dem Gefühl des entspannten Lauschens.

II.2.1. Die Stimme

Als Anforderung an die Stimme im Audio-Guide läßt sich der Sprechtrainer Arnold Meyer-Lange zitieren, der im Rahmen seiner langjährigen Tätigkeit als Ausbilder im ORF einen Lernbehelf zusammenstellte²⁶. Dort werden die Anforderungen an den Sprechenden Mitarbeiter wie folgt zusammengefaßt²⁷:

„Er soll die Muttersprache mühelos, dialektfrei und ausdauernd gebrauchen können. Stimme und Sprechweise sollten frei von störenden Besonderheiten sein. Die Phrasierung sollte natürlich sein und der Logik des Inhalts entsprechen.“

Der Eindruck von Nähe, im Radio ebenso gefordert wie in Fernsehdokumentationen, ist dabei durchaus vergleichbar mit der Wirkung, die in einer Audioführung erreicht werden soll, nämlich gespannte Ruhe und ernsthafte, sympathische Zuwendung zur Unterstützung des optimalen Hörkomforts. Der bewußte Einsatz von weiblichen und männlichen Stimmen trägt ebenso dazu bei. Weibliche Stimmen vermitteln Wärme, wenn sie dunkel, ernsthaft und gelassen klingen. Auch ein wenig rau dürfen sie sein. Helle, zu hochgedrückte, quietschende oder theatralisch

²⁵ E.Dawid, R.Schlesinger, *Die Führung aus dem Off – Schneisen durch das Informationsdickicht, Texte in Museen und Ausstellungen, Bielefeld 2002*

²⁶ A. Meyer-Lange, *Sprache und Sprechen in Hörfunk und Fernsehen, Teil I, Grundlage des Sprechens*

²⁷ ebenda. S. 10 ff

überhöhte weibliche Stimmen konterkarieren schnell das Gesagte und irritieren. Unter den dunklen Stimmen gehören dazu auch jene gehauchten Varianten, die den Sexappeal ansprechen. Professionell gelesen, wird jede Stimme verstanden werden, die Assoziationen tauchen jedoch unweigerlich auf und schon ist das Gesagte am Ohr vorbeigegangen. Stimmen mit den eben beschriebenen Ausdrucksvarianten gehören in den Bereich von Hörspiel und Theater und haben im Theatermuseum oder in einschlägig inszenierten Ausstellungen sehr wohl ihren Platz.

Männliche Stimmen werden überwiegend als ernsthafter wahrgenommen. Das hängt an der männlichen dunklen Stimmfarbe, die auch Kraft und Stärke vermittelt. Im Audio-Guide kommen männliche Stimmen beim Hörer am besten an, wenn sie den Erzählungen, aber auch den Fragestellungen einen warmen Ton verleihen. Am stärksten kann man solche Höreindrücke in Radiofeature-Sendungen prüfen. Dort werden oft Passagen aus biografischen Texten von besonders warmen, rauhen Stimmen gelesen. Das initiiert Nachdenklichkeit, die zu Lebensfragen ebenso gehört wie zu den tiefen Aspekten in Kunst und Kultur.

Viele der aufgezählten Merkmale – ein gelassener Vortrag, eine ruhige Stimmführung – kann durch die Wahl professioneller Sprecher und Schauspieler garantiert werden. Einiges davon – die Nähe der Stimme am Ohr etwa – kann professionelle Studioteknik beisteuern.

II.2.2 Der Text

Die Anforderungen an den Text im Audio-Guide wäre lebendiges Erzählen, farbenfrohes Schildern und Anregen möglichst vieler Bilder im Kopf, Assoziationen zu weiteren Bildern und Objekten. Davon sind tragische und dramatische Themen nicht ausgenommen.

Im Mai 2004 hat sich im Vorfeld der Ausstellung „Goya – das grafische Werk“ im Leopold Museum in Wien ein Audio-Guide –Projekt ergeben.

Unter ziemlichem Zeitdruck und mit einem Miniatur-Budget hat sich damals im Team mit den Kuratoren und den Mitarbeitern aus der Kunstvermittlung und der Öffentlichkeitsarbeit ein sehr adäquater Hörtext entwickeln können.

Zunächst waren die Inhalte aller drei grafischer Zyklen aus den Bereichen der Kriegsgreuel, der Alpträume und der Stierkämpfe von den Kuratoren für den Katalog zusammengestellt und geschrieben worden. Aus diesen Vorlagen hat sich ein Hörtext ergeben, der von Stimmen beiderlei Geschlechts abwechselnd gelesen wurde.

Am Beispiel erklärt, nehmen wir das Blatt Nr. 26 „Ein Picador stürzt von seinem Pferd“ Aus der Reihe der Stierkampf-Schilderungen „Tauromaquia“

Sprecher 1

(Der erste Satz gibt die Information, die zunächst klarstellt, dass es sich um keine dokumentierte Begebenheit, sondern um eine realistische Schilderung einer Vorstellung handelt)

Das Blatt ist nicht auf eine historische oder literarische Vorlage zurückzuführen. Es schildert realistisch einen häufigen Unfall.

(Hier im zweiten bzw dritten und vierten Satz beginnt die Schilderung des Dargestellten)

Mit unverminderter Wucht hat der Stier den Picadores, den Lanzenstecher, zu Sturz gebracht. Alle Dramatik des Geschehens lässt sich von den entsetzten, angstvollen Gesichtern der Beteiligten ablesen.

(Und die dramatische Schilderung überhöht noch -)

Das Schicksal des Gestürzten scheint ungewiß, das seines Pferdes jedoch besiegelt.

Sprecher 2

(das ist eigentlich eine vertiefende Ebene, in diesem Fall war das durchaus so gewollt)

Erst seit 1929 tragen die Pferde der Picadores um die Brust und die rechte Flanke das Peto, eine gesteppte Matratze, die fast bis an die Hüfte reicht.

(jetzt gleich wieder ein abschreckendes Beispiel)

Bis dahin war es keine Seltenheit gewesen, dass während einer Corrida fünf oder mehr Pferde vom Stier getötet wurden.

(und noch ein kleiner Tip in Richtung Reglement)

Den Regeln nach darf der Picador den Stier nicht angreifen. Er muß auf seinen Angriff warten oder ihn durch Rufe und Bewegungen anlocken.

Sprecherwechsel

Bei der erwünschten Attacke muß die Lanze so geführt werden, dass sie den Stier im Nacken verletzt. Das wiederum ist vorgeschrieben, damit das Tier während der Tötung den Kopf senkt.

(und hier wird neben Reglement-Erklärungen schon zum nächsten Blatt weitergeleitet)

Durch die Picadores soll die Angriffslust des Stieres nicht gemindert, sondern durch provozierendes Verhalten eher gesteigert werden – wie Goya im folgenden Blatt mit dem berühmten Picador Fernando des Toro zeigt.

Dem Leitfaden für Audiotexte von Evelyn Dawid und Robert Schlesinger entspräche dieser Text wenig. Das dort empfohlene Vorbild der Nachrichten kann hier nicht herangezogen werden, ebenfalls nicht die geratenen Wortwiederholungen oder die langen Sätze. Das Phänomen von langen Sätzen ist, das unter der Länge die Verständlichkeit leidet. Auch bei professionell gelesenen Satzkonstruktionen geht die Spannung verloren. Besonders dann, wenn – was die beiden Autoren wünschen – Passivformen der Verben zum Einsatz kommen.

Vielfach verweicht ein solches Passivverb den Sachverhalt einer Schilderung. Das Beispiel **„das Blatt kann nicht auf eine historische Vorlage zurückgeführt werden. Es wird darauf ein häufiger Unfall realistisch geschildert“** ist umständlich und ungenau. Der nächste Satz **„Mit unverminderter Wucht hat der Stier den Picadores, den Lanzenstecher, zu Sturz gebracht“** wäre zum Großteil seiner Theatralik und Aktion beraubt, stünde er in der passiven Form da: **„Mit unverminderter Wucht ist der Picadores, der Lanzenstecher, vom Stier zu Sturz gebracht worden“**

Wohingegen sich der Satz **„Bei der gewünschten Attacke muß die Lanze so geführt werden, dass sie den Stier im Nacken verletzt“** – als eine Instruktion und keine Schilderung erweist und in der Passivform richtig klingt.

Was die obgenannten Autoren in diesem Fall wahrscheinlich meinten, war der Vergleich eines Hörtextes mit der gesprochenen Sprache. Es verhält sich jedoch keineswegs so, dass ein Text,

der im Audio-Guide zu hören ist, ein Produkt der gesprochenen Sprache ist. Vielmehr ist es eine Kunstsprache, die erstellt wurde, um für die Ohren eingängiger zu sein.

Am folgenden Beispiel eines von Klimt gemalten Porträts aus dem Kunstmuseum Lentos Linz läßt sich das gut erkennen:

Sprecher:

Wie hat der Künstler gemalt? Als erstes grundierte er die Leinwand mit Hellbeige, welches wir an vielen Stellen hervorschimmern sehen. Dann fertigte er mit Zeichenkohle eine Skizze an und begann anschließend Ölfarbe auf das Bild aufzutragen, indem er zunächst die Konturierungen vornahm, um sich danach den Details zu widmen.

Als das Bild aus dem Rahmen genommen und gereinigt wurde, entdeckten die Restauratoren, dass es zuvor ein anderes Format gehabt hatte. Monika Roth, Restauratorin am Lentos, berichtet:

Restauratorin:

Man erkennt daran, dass am rechten Bildrand eine Bildpartie, die vom Künstler schon ausgeführt war, nach hinten weggespannt wurde, also die ist jetzt nicht mehr sichtbar und im unteren Bildrand wurde etwas, was ursprünglich schon Randbereich war, wieder zum sichtbaren Format gemacht. Und man erkennt das, wenn man sich den unteren Bildrand ansieht, sieht man noch deutlich wo die alte Kante war von dieser ersten Aufspannung.

Unschwer kann man gesprochene von geschriebener Sprache unterscheiden. Zu den Effekten eines Hörtextes gehört nicht, dass er wie freies Sprechen geschrieben wird. Er darf nicht gelesen klingen, ist aber sehr wohl ein sprachlich konstruierter und strukturierter Text. Freilich hängen frei gesprochene Schilderungen vom Erzählenden ab und ein guter Geschichtenerzähler wird „hörtextreif“ agieren können.

Umgekehrt wird es bei den wenigsten Menschen funktionieren, einfach aufzuschreiben, was sie in einem Gespräch oder Statement frei erzählen. Ein guter Hörtext braucht einen dramaturgischen Spannungsbogen – einen überraschenden oder spannenden Beginn, eine spannende Steigerung hin zu einer Höhepunkt-Aussage und einen kräftigen Schluß.

II.2.3. Zahlen und Daten, Fremdworte und Fachvokabel

Sie dürfen vorkommen, aber nicht aufhalten oder die Konzentration zu lange beanspruchen. Der hörende Besucher ist auch ein schauender. Wenn er an einem Wort, einer Zahl oder einem Datum „hängenbleibt“, ist er zumindest irritiert.

Die Verständlichkeit notwendiger Fachausdrücke oder Fremdworte wird verbessert, wenn gleich eine deutsche Bezeichnung nachfolgt oder zuvor ein Akzent gesetzt wird. Manchmal ist es schon damit getan, manchmal braucht es einen kurzen Satz der Erklärung. Text-Redakteure bekommen ihr Gespür dafür nur durch Probehören, Ausprobieren und durch Abfragen von Testhörern.

Sprache ist lebendig. Es macht einen großen Unterschied, in welcher Stadt oder in welchem Gebiet eine Ausstellung etwa gezeigt wird. Gerade die Art, wie man Zahlenmaterial zufriedenstellend einarbeitet und unterstützt, kann viel Gespür und Wissen um die regionalen Sprachgewohnheiten erfordern.

II.2.4. Regionale Sprachgewohnheiten, unterschiedliche Idiome

In Barcelona machten wir anlässlich der letzten Auslands-Exkursion des ECM eine sehr lehrreiche Entdeckung. Durch das gestärkte und gesetzlich verankerte Nationalbewußtsein der Katalanen bedingt, sind in allen Museen und Ausstellungen Kataloniens die Katalog-, Wand- und Hörtexte zuerst in katalanisch und danach in spanisch zu lesen und zu hören. Auch als Unkundiger der katalanischen Sprache und mit bescheidenen Spanisch- Kenntnissen ist zu erkennen, dass diese beiden Sprachen sich wie Hoch-Schweizerdeutsch vom Österreichischen unterscheiden. Man findet traditionell gepflegte Ausdrucks-Unterschiede, verschiedener

Gebrauch von Subjekten, Prädikaten oder Verben. Es geht den Katalonen wahrscheinlich unter anderem auch um ihren Sprachstolz.

Der Aufwand der Doppelsprachlichkeit mag groß sein, aber er stellt die Menschen in der Region zufrieden, indem er ihnen ihre eigenen Hör- und Sprechgewohnheiten bietet, ihr gewohntes Sprachgefühl unterstützt.

So ähnlich verhält es sich mit den unterschiedlichen Idiomen. Die erste Kritik zu einem Audio-Guide in einem Wiener Museum, er sei zu „deutsch“ gesprochen, hat diesen Grund. Damit kann man aber auch bewusst arbeiten. Warum nicht ein holländisches Zitat mit holländischem Akzent lesen lassen?

II.2.5. Bilder im Text „entstehen“ lassen

Nicht in langen Nebensätzen, sondern durch den Gebrauch geeigneter Worte sollen sich Bilder vor den inneren Augen des Besuchers artikulieren. Viele Verben haben diese Kraft – Im folgenden Beispiel etwa wird ein frühes Werk von Oskar Kokoschka beschrieben, „Die Freunde“.

Zunächst informiert die Sprecherin:

Es ist eine illustre Gesellschaft, die Oskar Kokoschka um 1917/18 in Dresden gemalt hat: Im Vordergrund rechts sehen wir ihn selbst. Er hat uns den Rücken zugewandt und blickt nach rechts. Links von ihm sitzt die Schauspielerin Käthe Richter mit am Tisch, rechts vom Künstler der Dichter Walter Hasenclever. Hinter diesem sitzen Ivo von Lücken, ebenfalls ein Dichter, und ganz rechts der Arzt Fritz Neuberger. Im Hintergrund trägt eine Bedienstete eine Tablett mit einer Karaffe ins Zimmer.

Prof. Baum, ehemaliger Direktor und Kurator der Sammlung, über die Malweise des Bildes:

„Eine Besonderheit dieses Gemäldes ist der Duktus, die Art wie Kokoschka vielfach hier sozusagen direkt aus der Tube die Farbe aufträgt, wie er die Pastosität der Farbe liebt und betont und es entsteht eigentlich so etwas wie eine Farbschlacht, fast eine Art Vorläufer des Informellen, des Abstrakten Expressionismus“

Sprecherin:

Wie bei seinen künstlerischen Nachfolgern in den fünfziger Jahren sind bei Kokoschka die Pinselstriche deutlich sichtbar. Erregt und nervös breiten sie sich über die Leinwand aus wie ein Netz. Dadurch schafft er eine Verbindung zwischen den Freunden, die einerseits dicht nebeneinander am Tisch sitzen, andererseits aber schweigend aneinander vorbei blicken. In der Gruppe herrscht nervöse Anspannung. Es war Krieg und die Freunde waren mehr oder weniger freiwillig in Dresden – genau wie Kokoschka, der im Sanatorium eine Kriegsverletzung ausheilen ließ. Das Gemälde wurde schon kurz nach seiner Entstehung von der Berliner Nationalgalerie erworben, aber nach der Machtergreifung durch die Nationalsozialisten beschlagnahmt und 1937 in der Ausstellung „Entartete Kunst“ in München gezeigt.

Der von Prof. Peter Baum erwähnte Duktus des Farbauftrags geht vermutlich an den Ohren vieler Besucher vorbei, aber die Beschreibung der Pinselstriche durch den Text als „erregt und nervös“ und die Art, wie sie sich netzähnlich über die Leinwand ausbreiten, das evoziert ein Bild.

Im O-Ton Baums wieder wirkt der Ausdruck der Farbschlacht anregend und löst in der Folge eine Vorstellung aus, die auf die Fachbezeichnung des Informellen überzuspringen hilft.

II.2.6 Fragen setzen

Fragen können einen Text auflockern, leicht machen. Fragen strukturieren unwillkürlich, vor allem dann, wenn Gedankenschritte nachzuvollziehen sind.

Fragen dürfen auch unbeantwortet stehenbleiben, ihre Beantwortung ergibt sich aus der Beziehung vom Betrachter zum Objekt und bezieht seine persönliche Erfahrung mit ein. Fragen am Textanfang sind oft sehr effektiv. Im Fall des „Porträt des jungen Gurlitt“ von Lovis Corinth in der Sammlung des Kunstmuseum Lentos in Linz wird die entsprechende Passage im Audio-Guide mit folgender Frage eröffnet:
„Besitzt dieser junge Mann nicht einen unwahrscheinlich durchdringenden Blick?“ Da bleibt der Aufmerksamkeit des Betrachters gar keine Wahl als direkt ins Gemälde „einzusteigen“.

II.2.7 Der Effekt der Schule des Sehens

Mit Fragen kann man aber auch Druck, vor allem Leistungsdruck, beim Betrachter entstehen lassen. Der Marburger Pädagoge und Psychologe Uwe Christian Deich hat eine Audioführung für die religionskundliche Sammlung seiner Stadt entwickelt, die mit Fragen bewußt umgehen wollte²⁸ Inhalt und Struktur hat er in mehreren Ebenen gestaffelt. Nach dem Einführungstext werden die Besucher durchaus didaktisch auf die Audioführung vorbereitet.

Sie hören zu jedem angesprochenen Objekt einen 18 Fragen langen Komplex, den sie jedoch abkürzen oder umgehen können.

Die Einleitung „Welche Fragen stellen sich Ihnen beim ersten Betrachten des Exponats?“ ist durchaus die eines Pädagogen und verursacht bei vielen Besuchern wohl ein Prüfungsgefühl. Auch die nachfolgende Fragen „Vielleicht möchten Sie erst einmal das Exponat auf sich wirken lassen und gar nichts tun?“ oder „Welches Volumen hat das Exponat im Verhältnis zu Ihrem Körper?“ erinnern sehr an didaktische Überlegungen.

Die Aufforderung, nach jeder Frage „Stop“ zu drücken und die mit der Frage evozierte gedankliche Aufgabe zunächst zu erledigen, erzeugt ihrerseits Leistungsdruck. Das Anliegen, dadurch das aufmerksame Sehen zu schulen, ist wohl nachvollziehbar. Allerdings kostet dies das eher angenehme Gefühl, sympathisch begleitet zu werden und einen gewissen Hörkomfort genießen zu dürfen, ohne sich anzustrengen. Nebenbei geht die Freude verloren, etwas zu erobern, Neues selbst zu entdecken.

Diese Audioführung ist in schriftlicher Form dennoch sehr interessant zu lesen und in vielen Punkten regt sie sicher zu tiefgreifender Auseinandersetzung an.

II.2.8 Gemeinsam erarbeiten

Das Erarbeiten einer Audioführung im Team hat sich bei allen Befragten als äußerst wichtig herausgestellt, auch wenn in den meisten Häusern und Institutionen zum Erstellen eines Textes eine einzige Person respektive eine „Stabstelle“ beauftragt wird.

Einem Wissenschaftler eine Fachkraft für guten Satzbau zur Seite zu stellen, die die Texte der Kuratoren überarbeiten soll, ist noch keine erfolgreiche Strategie. Das führt erwiesenermaßen zu hierarchischem Wettstreit, zu Mißstimmungen und fördert das gegenseitige Mißtrauen. Die verantwortliche Mitarbeiterin für Hörtexte im Kunsthistorischen Museum Wien, Frau Mag. Natalie Lettner, hat schon im Vorfeld des Gesprächs ein wenig von dieser Spannung durchblicken lassen, die rund um die Texte der Audioführungen in ihrem Haus geherrscht haben muß²⁹.

Angesprochen auf die seit Oktober 2005 wiederaufgestellte Antikensammlung, die mit einem Audio-Guide ausgestattet wurde, meinte sie, gerade hier hätten die Kuratoren, die diese Sammlung in diesem Fall auch wissenschaftlich betreuen, beim Text in der Hörführung das

²⁸ Uwe Christian Deich, *Aufmerksames Sehen, Konzept einer Audioführung zur ausgewählten Exponaten*, transcript verlag 2004, S. 32 ff

²⁹ Siehe Anhang a.4 Gespräch mit Mag. Natalie Lettner, Seite 52ff

letzte Wort behalten. Das Ergebnis sind Texte, die sich identisch an den großen Wandfahnen wiederfinden, was jeden Audio-Guide- Benutzer zu einer verärgerten Reaktion veranlaßt.

Gemeinsame Arbeit zeigte sich im Kunstmuseum Lentos³⁰ Dort haben die Kuratorinnen nicht nur mit den Textredakteurinnen in Berlin viele Male die Texte abgeglichen und gegenseitig ergänzt, sie waren auch bei den Interviews mit KünstlerInnen, RestauratorInnen und WissenschaftlerInnen dabei und haben bis zu den Studienaufnahmen und zur Musikauswahl das Gefühl behalten, gemeinsam an einer Sache zu arbeiten.

Jede hierarchische Struktur bringt in einer solchen Produktion schlechtere Ergebnisse. Es ist im Audiotext zu hören, ob sich der Wissenschaftler mit seinen Katalogtexten oder der Direktor mit persönlichen Musikwünschen durchsetzen konnte.

II.3 Die Anforderungen an die Hörqualität

II.3.1 Die Aufnahmequalität

Die Arbeit im Team ist auch hier der Königsweg. Professionelle Studioqualität kommt unter Mithilfe von Menschen zustande, die für die richtige Tonqualität und den fehlerfreien Schnitt Sorge tragen. Aber solange diese Profis nicht wissen, was das Produkt können soll, wofür es erzeugt wird und in welcher Umgebung es zu hören sein soll, solange werden sie unter Umständen - ganz professionell- die falschen Effekte erzielen.

Je mehr sie eingebunden werden, desto größer ist ihre Unterstützung. Sie sind es, die um die Erzielung von Effekten, um das richtige Maß von Musik, und um die technischen Möglichkeiten wissen, die Stimme etwa weich und nahe am Ohr erklingen zu lassen.

Auch lästige Nebenerscheinungen wie das Plubbern am Mikro (auch an guten Mikrofonen) bei Aussprache eines Verschußblautes oder Knacks- und Entladegeräusche, sind in ihrer Hand kein Problem mehr.

Tontechniker sind selbst oft Musiker und haben meistens ein ausgeprägt gutes, aber auch sehr erfahrenes Gehör. Sie wissen, was Hörkomfort wirklich bieten muß.

II.3.2 Die Regiearbeit

Von guter Stimmung im Regieraum hängt nicht nur das Endprodukt, die professionelle Audioführung, ab. Auch das Gefühl gemeinsam, eine intensive Projektarbeit zu beenden, entsteht dort. Im Vorfeld der Regiearbeit läßt sich viel gemeinsam mit den Sprechern und den Tontechnikern besprechen. Alles, was das Lesen unterstützt, ist hilfreich. Gut leserliche Texte, Farbstifte, Getränke, frische Luft in Lauf eines vielständigen Arbeitsprozesses gehören auf die Prioritätenliste- auch wenn dies banal klingen mag.

Was sich bei der Aufnahme von Audio-Guide-Texten zudem bestens bewährt, ist die Gegenüberstellung der Sprecher mit Fotoaufnahmen der Objekte. Wo es eingerichtet werden kann, sollten alle die Objekte zuvor sehen können, vor Ort in der Ausstellung oder in der Sammlung. Abbilder davon sind während der Aufnahme eine große Unterstützung.

Die Regiearbeit ist nur einer von vielen Schritten zu guter Hörqualität. Dafür braucht es Konzentration und Ruhe im Regieraum, viel Geduld und die mehrmalige Kontrolle aller Wiederholungen und Neueinstiege. Der regieführende Mitarbeiter ist in erster Linie als aufmerksamer Zuhörer gefordert. Er ist das wichtige Gegenüber im Regieraum, Störgeräusche

³⁰ Siehe Anhang a.2 Gespräch mit Dr. Nowak-Thaller und Mag.Gillmayr Seite

ebenso wie Betonungsfehler werden so nicht leicht überhört und übergangen. Darüberhinaus ist das zu lesende Material meist weit über eine Stunde lang. Dazu braucht man Pausen und immer wieder die Kontrolle, ob sich die Stimmlage, die Spannung in der Stimme, die Tonhöhe und der Abstand vom Mikro nicht geändert haben.

II.3.3 Der Schnitt

Gemeinsam mit den regieführenden Textautoren oder Textredakteuren können Studiot Techniker neben der Aufnahmequalität auch die höchste akustische Qualität umsetzen. Sie können Pegel, die nicht optimal sind, abgleichen und jeden Atemzug verändern, entfernen oder ersetzen. Sie können der Stimme Raum geben und Raum nehmen, auch dunklere Farbe oder mehr Klarheit erzeugen.

Eine Aufnahme (so lernt man aus bitteren Erfahrungen) sollte nicht zu knapp vor dem Eröffnungstermin einer Ausstellung, also nicht unmittelbar vor ihrem Einsatztermin stattfinden. Die Arbeit danach verlangt Muße und wache Kontrolle, nichts ist allen Beteiligten so peinlich wie ein übersehener Schnittfehler, ein doppelter Satzanfang oder ein Versprecher.

III: DAS HANDLING DER GETESTETEN AUDIOGUIDE GERÄTE VON ESPRO, ARTEX UND ANTENNA AUDIO BERLIN

Dazu ist vorab zu bemerken, dass die Hardware der Audio-Guides in allen Museen zunehmend verbessert worden ist und immer noch wird. Hörgeräte, die – im Sommer 2003 noch ausgegeben- ans Ohr gehalten werden mußten und soviel Eigengewicht hatten, dass es physisch unangenehm wurde „hineinzuhorchen“, sind heute längst verschwunden. Wie schon angesprochen, hält die technische Entwicklung zur Zeit bei digitalen Aufnahmesystemen und die Hörqualität kann einen zufriedenstellend hohen Level erreichen.

Ebenso ist das Navigieren auf den Audiogeräten kein großes Problem mehr, sieht man davon ab, dass über Funk gesteuerte Geräte schnelles Anwählen oder Umtippen bald überfordern und gar nicht mehr reagieren.

Die in den analysierten Fällen am häufigsten angetroffenen Apparate waren von ihrer Funktion her MP3 – Player mit besonders augenfreundlicher, großer Bedienungsfläche. In den restauratorischen Gründen häufig abgedunkelten Räumlichkeiten ist man mit leuchtenden, in Großbuchstaben angeschriebenen Bedienungsknopfen am besten bedient.

Noch sympathischer wirkt es, wenn auch die Benutzeroberfläche klar und einfach strukturiert ist. Mit wenigen Handgriffen sollte man im Text vor und zurück finden, schnell stehenbleiben können oder die Lautstärke bedienen.

Gruppenführungen zeigen, dass sich Kopfhörer, die manchmal Headsets genannt werden, gegen ans Ohr gehaltene Geräte durchsetzen, auch wenn hier der Hygiene- Einwand ins Spiel gebracht wird, die zu haltenden Apparate ließen sich leichter desinfizieren.

Headsets sind angenehmer zu tragen, lassen zu, dass sich die Besucher gleichzeitig Notizen machen können und erleichtern die Abgrenzung zum Nächststehenden auch dort, wo es keine akustischen Überlagerungen gibt.

Alle Antenna Audio Geräte, die im Rahmen der Recherche zu dieser Arbeit benutzt wurden, waren vom Typus „x-plorer™“, ein Multimedia Gerät, das äußerst bedienungsfreundlich ist und

fast immer mit Headsets gemeinsam vergeben wird. Weniger häufig bekam man das Gerät „EasyTM“ angeboten, das ans Ohr gehalten wird.

III.1 Die Anforderungen an den Hörkomfort

Zu den auffallenden Störungen des Hörkomforts gehören die akustischen. Sie lenken ab und übertönen gleichzeitig die Stimme im Audio-Guide. Eine oder mehrere personale Führungen im gleichen Raum, laute Besucherzurufe oder Raum-Einspielungen erschweren das geforderte entspannte Zuhören ungeheuer. Noch irritierender als bei Kopfhörern sind sie bei einem einseitig ans Ohr gedrückten Audio-Guide-Gerät.

Die Audiotexte selbst vom Hörkomfort her zu beurteilen ist eine sehr individuelle Angelegenheit, es fallen in diesem Zusammenhang gerne die Worte „klingt sympathisch“ oder „klingt furchtbar“. Das hängt wohl am persönlichen Charakter einer Audioführung.

Der Besucher fühlt sich persönlich begleitet, wenn die Hörqualität stimmt. Das sei hier der Ordnung halber erwähnt, denn schlechte Tonqualität, wie sie früher denkbar war, hatte diesen Effekt nie. Kaum vernehmbare oder hörbar transportierte Nebengeräusche von kratzenden Schallplatten oder eiernden Tonbändern waren nie „ans Ohr gerückt“ empfunden worden.

Evelyn Dawid und Roman Schlesinger sprechen diesen Effekt schon an, wenn sie auf die „Stimme aus dem Off“ hinweisen. Eigentlich handelt es sich dabei um einen wohlbekannten Kunstgriff aus dem Bereich des amerikanischen Spielfilms der sechziger Jahre. Man sieht eine menschenleere Straße oder eine Leiche im Schwimmbaden und hört eine Stimme darüber nachdenken.

Je unmittelbarer diese Stimme im eigenen Kopf zu sitzen scheint, desto anregender sind ihre Statements und Fragen. Besonders dort, wo die Fragen keine Antwort suchen, lassen sie die eigenen Gedanken bald patrouillieren. Diese Wirkungen, die zur Entwicklung interessanter Texte beitragen, sind beim heutigen Stand der Technik gut in das erwünschte Hörergebnis umzusetzen.

III.2 Die Anforderungen an O-Ton- Einspielungen

Die Kriterien für Zu-oder Einspielungen von O-Tonmaterial sind tatsächlich dieselben wie in Radiobeiträgen. Textlich sollte auf den eingespielten Satzanfang Bezug genommen werden, desgleichen am Ende des O-Tons. Der Zuhörer wird im ersten Text kurz informiert, von wem die Einspielung war, und, wenn es der Verständlichkeit hilft, auch über ihren Sinn.

Historische Tonaufnahmen sollten vorher und nachher als solche angesprochen werden. Das ist gewissermaßen eine ästhetische Maßnahme, denn das Alter ist den Tondokumenten zumeist anzuhören. In historischen Ausstellungen, die auch qualitativ schlechte Aufnahmen rechtfertigen, verbessert es das Image einer Audioführung, wenn der Zustand der Aufnahmequalität angesprochen wird.

Werden Künstler im O-Ton eingespielt, die besondere Eigenheiten hören lassen, eine eigenartige Aussprache oder einen hörbaren Akzent haben, vergibt sich der Textautor nichts, wenn er das kommentiert, und das kann durchaus mit Humor geschehen.

III.3 Die Anforderungen an Klangmaterial und Geräusche

Klangelemente, Töne und Geräusche, sind oft sehr sensible Hilfsmittel, einen Text liebevoll aufzuwerten. Das ist etwa dann der Fall, wenn Informationen nötig sind, die nichts (oder noch nichts) mit dem Objekt der Betrachtung zu tun haben.

Wenn unter (oder hinter) den Worten des Sprechers leise Flötentöne oder Gitarrenklänge zu hören sind oder ein kleiner Vogel zu singen beginnt, ist die Aufmerksamkeit noch nicht abgezogen, aber das Interesse daran erwacht. Töne und Klänge, die ganz leise und kontinuierlich anschwellend ins Hörbewußtsein dringen, entfesseln immer ein Gefühl der Neugier und schärfen das Ohr.

Eine ganz andere Wirkung haben laut eingespielte Klänge – das erschreckt und irritiert. Es braucht dramaturgisch einen wichtigen Grund geben, sonst stören unvermittelt laute Töne. Die sogenannte Durchhörbarkeit einer Audioführung, das ruhige kontinuierliche Anhören ist dann gestört. Ein solcher lauter Donnerschlag- Effekt läßt sich in Hörstationen besser verwirklichen.

Die musikalische Qualität von Klängen darf im Nahverhältnis zwischen dem Klangerlebnis und dem Besucher-Ohr nie anstrengend sein. Schon gar nicht, wo musikalische Erinnerungen angesprochen werden. Einer Musik-Zuspielung im Audio-Guide – so ist es auch in der Mozart Ausstellung des Da Ponte Institutes zu hören – soll die Information über ihre Länge vorausgeschickt werden. Auch die Einladung, jederzeit auf den Abschaltknopf drücken zu können, bewährt sich. Denn das ermuntert dazu, entspannt zu kalkulieren wie lange man der Musikeinspielung lauschen will und – was am wichtigsten ist – anschließend jeden Ton zu genießen.

IV. ZUSAMENFASSUNG UND AKTUELLE BEOBACHTUNGEN

IV.1. Audielle Informationen als „Lesebrille“?

Der Kunstkritiker und Rektor der Wiener Universität für Bildende Kunst, Dr. Stefan Schmidt-Wulffen, Spezialist für zeitgenössische Museen, erwähnte im Zusammenhang mit Vermittlungskriterien die „Lesebrillen- Funktion“. Auch der Audio-Guide darf damit gemeint sein, und zwar als ein Vermittlungs- Tool der Institution Museum, die derzeit ihren Stellenwert innerhalb der Kulturgesellschaft neu sucht. Die Diskussionsgrundlage für adäquate Vermittlungskriterien war ein Essay von Chris Dercon zum Museum am Beginn des 3. Jahrtausends gewesen³¹. Form und Inhalt einer Audioführung, eines Audio-Guides und, in absehbarer Zukunft, eines multimedialen Vermittlungsprogramms sind Teil dieser Veränderung. Der von Dercon untersuchte Abschied vom Kulturauftrag in marktwirtschaftlicher Konsequenz nimmt die Vermittlung noch stärker in Anspruch. Es ist die einzige verbleibende Möglichkeit Kunst und Kultur dem Besucherinteresse entsprechend aufzubereiten. Kaum fünf Jahre später betrachteten wir die politischen und wirtschaftspolitischen Anliegen und ihre Auswirkungen auf Museen und Ausstellungen. Der von Schmidt- Wulffen an uns herangetragene Überblick betonte die neueste Entwicklung der Präsentation zeitgenössischer Kunstsammlungen in den USA, besonders in New York. Die Kuratoren arbeiten als verlängerter Arm der Künstler, lassen keine Saaltexte, Wandtexte, nicht einmal Daten-Kurzinformationen neben und unter den Objekten und Bildern zu. Diese Tendenz beleuchtete Schmidt-Wulffen und suchte nach einer „Lesebrille“ für uninformierte Besucher, aber nicht um Daten nachzuliefern, nach denen gar nicht mehr gesucht werden soll (so die Künstler und Kuratoren). Viel eher könnten es Fragen und sinnvolle inhaltliche Anmerkungen sein, Erinnerungen gewissermaßen, eine Anbindung, ein Vergleich. Am Beispiel der 2005 eröffneten Dia Art Foundation New York war das gut zu verdeutlichen. Hier wird ein gebildeter, kunstinteressierter Besucher erwartet, der seine Vorinformationen mitbringt und während des Besuchs mit seinen reflektierenden Gedanken alleine klarkommt.

³¹ Chris Dercon, *Sonnenflügel-Mondtrakt*, in: U.M.Schneede (Hg) *Museum 2000 – Erlebnispark oder Bildungsstätte*, Köln, Dumont, 2000

Geboten wird ihm eine stringente Inszenierung, die nachgerade dazu auffordert, die Kunstobjekte und ihren ästhetisierenden Raumeindruck frei und assoziativ zu verbinden, unbeeinflusst von traditionellen Informationen.

Ein Audio-Guide könnte hier als „Lesebrille“ ein dezentes und sensibles Tool sein und zugleich eine anregende und kontemplative Bereicherung bei soviel Zurücknahme von Museumsseite darstellen.

IV.2. Audielle Anregungen als Eroberungs-Werkzeug

Der Schweizer Ausstellungskurator Dr. Martin Heller, bis 2009 Intendant für das Kulturhauptstadt-Projekt Linz, vertritt die Devise „wir reden vom Leben, wenn wir ausstellen“. Er will Besucher herausfordern, aber nicht überfordern, ihnen den Besuch in Ausstellungen und Sammlungen nicht als Strapaze anbieten.

Auch diesem Anliegen entspricht das Vermittlungsmedium der Hörführungen.

Der Kunsthistoriker und Da Ponte Forscher Prof. Dr. Herbert Lachmayer dachte in der aktuellen Mozart- Ausstellung in der Wiener Albertina daran, Audio-Guides einzusetzen, die er um eine interaktive Dimension erweitern wollte³². Die Besucher hätten in diesem Fall die Option gehabt, Fragen buchstäblich in den Raum zu stellen und sie auch dort stehen zu lassen. Andere Statements, von Besuchern dort schon deponiert, hätte man im Gegenzug konsumieren können.

Der Nutzer einer solchen Audio Führung könnte das Haus mit dem angenehmen Gefühl verlassen, etwas auf einfache und überzeugende Weise mitgenommen zu haben, etwas Wichtiges, etwas Überraschendes, vielleicht etwas bisher noch nicht Verstandenes. Aber in jedem Fall etwas, was sich angenehm hätte erobern lassen.

Es wäre laut Lachmayer ein interaktiver Weg, Besuchern in naher Zukunft schon eine persönlich gestaltete Plattform für ihre eigenen Zugriffe auf Informationen einzurichten und an dieser Stelle auch den Austausch von Wissen anzuregen.

Die Vermittlungs- und Ausstellungspraxis im In- und Ausland zeigt zudem, dass eine neue Vermittlungsidee von den Besuchern viel schneller akzeptiert wird, wenn die Mitarbeiter des Hauses merkbar dahinter stehen.

Im Berliner Pergamon Museum etwa ist es zur Selbstverständlichkeit geworden, mit dem Headset und einer angenehmen Stimme am Ohr einen ganzen Nachmittag zu bleiben und sich zwischendurch von den Mitarbeitern an der Ausgabestelle Ratschläge zu holen.

Auch in Barcelona kann man die Kasse gar nicht in eine falsche Richtung verlassen. Der Audio-Guide, den man mit dem Eintritts- Ticket automatisch ausleiht, wird einem buchstäblich nachgetragen und freundlich wird man an den richtigen Eingang geleitet.

Abschließend soll der budgetäre Aspekt nicht fehlen.

Die Kosten für eine mehrsprachige Sammlungs-Audioführung, so die Linzer Mitarbeiter des Kunstmuseum Lentos, sind beträchtlich³³. Aber auch der damit verbundene Aufwand und die monatelangen Recherchen in der Sammlung bleiben dem Haus und allen Mitarbeitern nicht verborgen. Danach aber wissen alle, was diese Prozedur wert gewesen ist und stehen hinter der Anschaffung, selbst wenn sich eine solche Investition erst in vielen Jahren amortisiert haben wird.

Dann aber wird schon die nächste Generation Museumsbesucher in die Halle treten, für die es längst selbstverständlich sein wird, ein Haus der Kunst und der Kultur mit der Hilfe von Hörführungen zu erobern. Daneben wird es ebenso üblich sein, sich mithilfe von „podcasting“

³² Siehe Gesprächsprotokoll mit Lachmayer und Eisendle im Anhang, S. 52

³³ Wie auch im Anhang, S.43 ff nachzulesen, muß lt. Nowak- Thaller für eine Neuproduktion ab 25.000 Euro gerechnet werden

und „downloading“ aus dem Aufenthalt im Museum die interessantesten Erinnerungen mit nach Hause zu nehmen.

Der in Europa häufig vertretene amerikanische Konzern Antenna Audio streicht in seinen Newsletters den großen Sprung in der Audio Landschaft heraus, den die MP3-Player auslösten. Neben ihrer hohen Hörqualität stellen sie auch zukünftige Entwicklungen sicher. Die Funktionen des „Herunterladens“ über Internet und des selbständigen „podcasting“ etwa sollen maßgeschneiderte Varianten von Hörbeiträgen möglich machen.

Auf das eigene Handy geladen, komme man demnach mit einem persönlich interessanten Audio-Guide zum Wiederhören nach Hause.

Multimediale Elemente, Videoclips, Filmausschnitte, Fotomaterial und andere Aufzeichnungen sind auf diese Weise und dem Stand der Technik entsprechend, zusätzliche Bereicherung. Wlan-taugliche Mobiltelefone können auch im Kunsthistorischen Museum Wien demnächst zu multimedialen Führungs-Tools umfunktioniert werden. Mit Siemens läuft seit dem September des Vorjahres ein Abkommen für die Zusammenstellung sogenannter Multimedia-Touren. Durch Codes können alle gewünschten Sammlungs- und Ausstellungsinformationen auf die mobilen Telefone der Besucher geladen werden: das eigene Handy als Tourguide im Museum. Der Code wird etwa so viel kosten wie die aktuelle Ausleihgebühr der Geräte. Hörqualität und Bedienungsfreundlichkeit sind dann nicht mehr die Sache des Hauses.

Ob derlei Prozeduren den Komfort eines guten Audio-Guides überhaupt erreichen können, darf noch bezweifelt werden.

Der Einsatz multimedialer Technik, von den Geräteherstellern gepriesen, ist in seinem praktischen Wert und seiner Nachhaltigkeit noch recht konturlos.

IV.3. Der Audio-Guide als Orientierungshilfe

Damit soll abschließend noch ein Aspekt angerissen werden, der sich auf internationalen Kunstbiennalen und Kunstmessen nachgerade aufdrängt.

Die Kunstbiennale in Venedig, aber auch zahlreiche Artbiennalen weltweit, sind längst Publikumsmagneten. Besucherströme, durch die Medien neugierig gemacht, sind in ihren Arealen wochenlang unterwegs. Abgesehen von oft unüberwindlichen Sprachbarrieren, bieten sie viele Interventionen, Installationen und Inszenierungen junger Künstler an, die teilweise in ihren Nationen großen Bekanntheitsgrad haben. Mit ihrem Werk umgehen können, sich von einem ein- oder zweitägigen Venedig- Arsenal- Rundgang Merkens- und Bemerkenswertes mitnehmen zu können, das alles machte den Einsatz von sensiblen Audioführungen interessant.

Die Verfasserin durfte mehrere Male während der Biennale- Wochen in Venedig Pavillon für Pavillon ratlose Gesichter beobachten. Ein Audiosystem, das, beim Eingang mitgenommen, zwei Informationsminuten pro Pavillon oder Arsenal-Bereich „spendet“, wäre hier hilfreich. Von weiteren Möglichkeiten auf vertiefenden Ebenen und in mehreren Sprachen die „Lesebrillen“-Funktion einzusetzen, darf man sich ebenfalls Einiges versprechen.

Mit besonnenen, informativen Sätzen oder kleinen Fragen ließe sich auch der meist viel zu schwer geratene Katalog vor Ort ersetzen und gleich mehrmals als abschließendes Erinnerungsstück bewerben. Die künstlerbezogene Auskünfte könnten auf einer tieferen Ebene extra angewählt werden und das wäre auf Biennalen und Kunstmessen äußerst hilfreich, es könnte die dargebotenen optischen und akustischen Objekte und Installationen buchstäblich ins rechte Licht rücken.

Überdies könnten kurze, ermunternd und humorvoll aufbereitete Audioinformationen in allen Situationen Einsatz finden, in denen um Einlaß angestanden werden muß oder aus künstlerischen Erwägungen ein Pavillon nicht gleich erschließbar sein will. Ein audielles

Informationsmodul könnte hier nicht nur helfen, sondern auch Wartezeit überbrücken und die Besucher bei Laune halten. So wie das im Fall des Berliner Schlangenmanagements während der Ausstellung „MOMA New York“ 2004 von Dr. Eva Wesemann im anschließenden Gesprächsprotokoll berichtet wird.

Anhang

a – Transkription der geführten Gespräche

a.1 – Das Gespräch mit Dr. Eva Wesemann, Antenna Audio Berlin geführt am 08. Mai 2006

Zunächst erwähnt sie die am vorangegangenen Sonntag zu Ende gegangene Ausstellung „Melancholie. Genie und Wahnsinn in der Kunst“ - ein gemeinsames Projekt der Reunion des Musees Nationaux in Paris und der Berliner Nationalgalerie. Die Ausstellung, in der berühmte Darstellungen der Melancholia quer durch alle Jahrhunderte zu sehen waren, hatte über 300.000 Besucher, war äußerst erfolgreich und von einem Audio-Guide begleitet, auf den das Berliner Antenna Audio Team sehr stolz ist ³⁴.

Frage nach der Geschichte der Audioführungen:

Die Geschichte der Berliner Antenna Audio Niederlassung hat 1990 mit Eva Wesemann und Rosemarie Wirthmüller, damals noch Müller, begonnen. Mit der Firma Accoustic Guide, ein in den USA schon sehr großer Partner, der den technischen Teil übernommen hatte, begannen sie erste Audio-Guides für Berliner Museen zu konzipieren. Sie hatten als erste die Audioführung im Museum auf dem deutschen Markt eingeführt.

Einige Jahre später wechselten sie den Partner und sind seither mit Antenna Audio verbunden, einer Firma, die in San Francisco auf der Ebene eines dramaturgischen Experiments begonnen hatte:

Noch in den 70-er Jahren hatte eine Gruppe sozial engagierter Theaterleute mit einer neuen Form der Inszenierung aufhorchen lassen. Sie interviewten arbeitslose Jugendliche, begleiteten sie durch ihren Alltag und nahmen ihre Antworten und Statements inklusive der Atmosphäre ihrer Umwelt auf Tonband auf. Abends im Stück mußten die Schauspieler mit Masken auf diese Tonband-Aufnahmen in Form einer akustischen Kulisse reagieren.

Die Museumswelt wurde Anfang der 80-er Jahre auf diese Inszenierungen aufmerksam und überlegte diese Form didaktisch für das Museum zu nützen.

So entstand die erste Audioführung im ehemaligen Gefängnis Alcatraz vor der Küste San Franciscos, das eine Inszenierung rund um das Leben der Gefangenen dort war. Das Audioprogramm bestand ausschließlich aus Interview mit ehemaligen Gefangenen und ihren Wärtern und mit Tag- und Nacht- Atmo- Aufnahmen. Letztere entstanden tatsächlich während vieler Stunden Anwesenheit vor Ort, Tage und Nächte und brachten die Atmosphäre ein, die die große Stadt, die von der Gefängnisinsel aus immer zu sehen ist, mit all ihren Geräuschen herüberschallen ließ. Diese Führungen waren dramaturgisch geführte Features und wurden schnell sehr berühmt. Zunächst war – dem damaligen technischen Stand entsprechend - alles auf Kassettenmaterial aufgenommen worden, was ein Abhören in einem Stück noch nicht möglich machte. Heute ist das auf Stand gebracht und es gibt diese dramatischen Führungen in Alcatraz noch immer. Die von der Theatergruppe gegründete Firma Antenna Audio hat das Projekt Alcatraz berühmt gemacht und wachsen lassen – bis sie sich bald mit englischen Museen weiterentwickelten, technisch kam dann das CD Rom –System auf und es konnte das erste Gerät mit einem über 100 Stunden-Speicher auf den Markt. Das System erlaubte auch die einzelnen Beiträge anzuwählen und so erhielten auch große Häuser und Sammlungen eine veritable Möglichkeit Audio-Führungen zusammenzustellen. Antenna Audio wurde zur Weltfirma. Maßgeschneidert konnte fortan auf jedes Museum eingegangen werden.

³⁴ Der in Deutschland sehr bekannte Schauspieler Otto Sander hat höchst spannende Texte von Eva Wesemann zu diesem philosophisch- psychologischen Sachverhalt gelesen, unterstützt von sehr gefühlvollen Musik- und Klang- Zuspelungen.

Die im Jahre 2004 in Berlin gezeigte Ausstellung

„MOMA New York - 200 der bedeutendsten Meisterwerke des 20. Jahrhunderts aus dem Museum of Modern Art, New York, war vom 20. Februar bis zum 19. September 2004 in der Neuen Nationalgalerie zu sehen gewesen und Antenna Audio hatte eine exklusive Führung dazu erarbeitet, die von über 400.000 Menschen genutzt wurde. Das war mehr als ein Viertel der insgesamt 1,4 Mio Ausstellungsbesucher. Das zeige, so Wesemann, daß kein anderes Medium imstande ist, so viele Menschen zu erreichen.

Zum ersten Mal hat Antenna Audio dabei auch den großen Andrang und das stundenlange Anstehen um Tickets und Warten auf Einlaß mitberücksichtigt: man betrieb Schlangenmanagement und stellte eine Hörprobe für Wartende zur Verfügung. Kleine Beiträge von 1 – 2 Minuten über das zu Erwartende, Informationen, die neugierig machen und bei Laune halten wollten. Zudem gab man gedruckte kleine Bookmarks mit interessanten Informationen zu Kunstwerken und Künstlern aus.

Fragen zu den in der Arbeit verwendeten Hör-Beispielen:

Pergamon Museum: der erste Audio-Guide konnte 1995 entstehen, basierte in diesem Falle aber auf viel Vorarbeit, die tlw. noch auf die Zeit vor der Wende zurückging. An diesem Haus gab es damals schon ein Team, das sich dafür interessierte, wie welche Informationen auf Audio gebannt werden könnten.

Die gehörte temporäre Ausstellung „Die Zeit nach 1945“ war auf Jugendliche in Berlin zugeschnitten und im neuerbauten Trakt des DHM Berlin präsentiert worden.

Die szenische Form mit mehreren Stimmen, Einspielungen im O-Ton aus Wochenschau, mit Interviews und gelesenen Zitaten war auf das Alter zugeschnitten worden und hatte viel Erfolg. Das Museu Maritim in Barcelona – hier haben die französischen Kollegen den Audio-Guide erarbeitet, ebenso in der Fondacio Miro

Mit dem verwenden von einem MP3 für 20 Leute hat wohl nur das Museum selbst zu tun Frage nach dem Konkurrenz-Verhalten zwischen Audioführungen und personaler Führung an den Häusern:

Das Konkurrenzverhalten gibt es für Antenna Audio nicht, es zählen nur zwei Argumente, eine Audioführung betreffend:

- 1- diese Gruppe will lieber persönlich geführt werden
- 2- diese Gruppe will lieber mit einem Audio-Guide unabhängig sein und nicht wie ein dummes Esel hinter einem Vermittler/einer Vermittlerin herlaufen

Frage nach der weiteren Entwicklung:

Für Antenna Audio zeichnen sich derzeit deutlich zwei eine Form eines Multimedia-Guides ab, die sinnvoll werden.

-Der Multimedia-Guide:

Dabei wird es nicht endlose Vergleichsbeispiele auf ein winziges Display geben, sondern dieses wird zu einem vertiefenden und v.a. spielerischem Umgang zu nutzen sein. Derzeit wird noch entwickelt und konzipiert, da und dort ein Prototyp eingesetzt. Am klassischen Aufbau eines Audio-Guides will Wesemann aber nicht rütteln – Haupttext wird immer eine Beschreibung des zu Sehenden bleiben.

- Pod casting aus dem Internet:

Ist ein Marketing Tool, denn die kürzeren oder längeren Beiträge dienen vor allem dazu, auf einen Besuch vor Ort neugierig zu machen.

Im Zuge der gerade abgelaufenen Ausstellung „Melancholie. Genie und Wahnsinn“ etwa hatte Wesemann für das Pod Cast 11 Beiträge bereitgestellt, die literarische Stücke der Zeit anboten und gleichzeitig als Hinweise auf das abendliche Veranstaltungsprogramm dienten. Literatur zum Thema und zur fraglichen Zeit, in der die Ausstellung angesiedelt ist.

Fragen zur Evaluierung:

Zunächst wird immer vertraglich festgehalten zu welchen Nachträgen es kommen muß/soll. Darüber hinaus gibt es – ebenso vertraglich fixiert – vor Ort einen CSM (Clined Service Manager) – Mitarbeiter, einen Zuständigen, der kontrolliert, adjustiert, die Besucher beobachtet und reagiert resp. auswertet. Dieser CSM hält seine Tätigkeit regelmäßig fest und sendet regelmäßig die vereinbarten Berichte. Bei einer Sonderausstellung etwa wird folgend vorgegangen: eine Woche nach Eröffnung wird berichtet, nach der halben Laufzeit setzt man sich länger zusammen und nach dem Schluß der Ausstellung wird noch einmal analysiert.

Nachgerüstet wird mindestens einmal, das wird bereits im Vorhinein festgehalten und für die Evaluierung des Besucherverhaltens gibt es ein Software-Programm in den Geräten: wurde alles angehört? Wurde abgebrochen? Wurden alle Objekte regelmäßig angewählt? Wurden bestimmte Objekte selten oder nie angewählt? Gibt es nie gehörte Objekte? Diese Evaluierung wird stets beobachtet und darauf reagiert.

Frage nach Literatur zum Thema:

Auch Eva Wesemann unterstreicht, dass kaum Bücher oder stärkere Publikationen über den Gebrauch von Audio-Guides in Museen und Sammlungen herausgegeben worden sind. Eher sind es verschriftlichte Vorträge, Seminar- und Diplomarbeiten, die allerdings laufend dazu entstehen.

a.2 . Das Gespräch mit Dr. Elisabeth Nowak-Thaller und Dr. Angelika Gillmayr,
Lentos Kunstmuseum Linz
geführt am 03. April 2006

Th: Wir haben uns damals grundsätzlich Gedanken dazu (zur Erstellung eines Audio-Guides) gemacht als das neue Haus errichtet wurde. Es war eben auch unser museumspädagogischer Wunsch, dass es da einen Audio-Guide geben soll im neuen Lentos. Dann haben wir uns damals mit der Technik auch, mit den Technikern des Baues, verschiedene Systeme angeschaut – Rotussen glaub ich hieß eines, die Fa. Artex in Wien hat eines angeboten und wir sind dann bei relativ vielen Museumsbesuchen auf Antenna Audio Berlin gestoßen.

G. und Th: Das war die Zeit, wo Peter Baum noch Direktor war, das war ihm eben auch ein Anliegen, woraufhin wir beide – wohin auch immer wir gereist sind – uns Audio-Guides genommen haben und probegehört haben und eigentlich sehr rasch dazu übergegangen sind Antenna Audio in den Favoritenkreis zu nehmen. Wir haben uns diese Produzenten quasi „erhört“ durch viele negative Beispiele anderer Anbieter hindurch.

Frage: Wo war es? An welche Beispiele erinnern Sie sich?

G. und Th: Es war nicht in Österreich, eine Sonderausstellung war es und in Berlin, glaub ich, eine Picasso – Ausstellung, im Pergamon-Museum – da ist es sehr schön gemacht

G: Ich hab es in Berlin in Erinnerung, dort haben sie relativ häufig die AG gemacht

Dann haben wir uns entschieden einmal die Hauptwerke der Slg. einmal in einer ersten Tranche zu bearbeiten und dann gab es noch einmal eine Nachproduktion, wann war das? Voriges Jahr?

Th: Wo nämlich der Einführungstext, der war zu Anfang ja von Peter Baum übers Museum. Den hat man dann natürlich ausgewechselt, als Stella Rollig das Museum übernahm.

Sie begrüßt, sagt ein paar einführende Worte, auch der Architekt zur Architektur ist im O-Ton dabei und viele Künstler, so es uns möglich war, Nitsch zB. und wer noch? Weiß ich jetzt nicht auswendig, doch, einige Künstler haben wir dann interviewt –

Th: Aber es war halt das Spannende bei Antenna Audio, dass sie es nicht einfach herunterlesen, sondern dass es eben mehr gestaltet ist: mit Musik, mit Akustik, mit O-Ton, mit Interviews – und es war die Zusammenarbeit total professionell mit ihnen.

Frage: Wie lief es ab?

G: Wir sind an sie herangetreten, haben ausgemacht, welchen Umfang die Produktion haben soll, welche Kosten.

Th: Was die erste Überlegung überhaupt von Antenna Audio war, dass wir gesagt haben, wir haben vor der Eröffnung zu viel zu tun – die Übersiedlung, wir müssen die ständige Sammlung einrichten, das ganze Haus einrichten, wir haben nicht die Zeit, selbst dieses Produkt zu machen wie zB bei Artex, da besprechen die Kustoden, die Leiter selber schreiben ihre Texte zum Teil, und daher haben wir von vornherein auf ein Produkt gegriffen, wo wir gesagt haben, das machen Profis. Es war uns auch sehr wichtig,

G: Gerade bei den Sprechern –

Th: und zwar weil wir beide museumspädagogisch sehr erfahren sind. Wir haben gefunden, das müssen Leute machen, die das professionell machen und nicht Kuratoren, die ihre eigenen Texte vom Katalog herunterlesen – wie es bei fast/oder vielen Audio-Guides der Fall *ist*.

G: Was ja überhaupt nicht paßt, weil gelesene Texte nichts mit den Gesprochenen zu tun haben.

Th: Wenn Du solche AG dann anklickst, da spricht die Frau Direktor oder der jeweilige Kurator der Ausstellung und liest dann seinen Katalogtext – Beschreibungstext vor.

G: So gehört in Salzburg, im Museum der Moderne z B

- da war die Frau Dr. Husslein, die dann sehr wohl die Texte aus dem Katalog vorgelesen hat.

Th: Das war uns irgendwie doch ein abschreckendes Bsp. und dann haben wir – auch aus Zeitgründen – gesagt, erstens vergeben wir das Produkt fremd, es soll wer anderer von außen die Texte machen – und da

Frage: wie hoch waren die Kosten veranschlagt?

(wird nachgeschaut)

Th: Naja und dann haben wir die Gemälde ausgewählt, es war festgelegt, wie viele Gemälde kommen in den Audio-Guide, auch in dem Wissen, nicht jedes Jahr einen neuen AG produzieren zu können aufgrund der finanziellen Situation.

Sich halt hauptsächlich auf die Werke zu konzentrieren, von denen wir wissen, die hängen zu 95% oder sind so wie Klimt, Schiele, Kokoschka (wenn sie nicht gerade verborgt werden) so gut wie immer zu sehen.

Beachtet haben wir bei der Auswahl auch, einen Querschnitt zu zeigen und nicht in der Jahrhundertwende haften zu bleiben. Wohl Sammlungsschwerpunkte zu beachten, aber dann doch quer durchs 20.Jh., ausgehend vom österreichischen Expressionismus, über Brücke, dann Informel, Nitsch, Rainer und Schwerpunkte aus der Sammlung wie Balkenholer, moderne Skulptur vom Tony Craig – also wirklich die Vielschichtigkeit der Sammlung zu beleuchten.

Dann haben aber schon wir alles dazu gesammelt, d.h.: die ganzen Informationen, die ganze Literatur –

Frage: Erster Schritt?

Th: Erster Schritt war die Auswahl der Werke – nach solchen, die hauptsächlich zu sehen sind und auch länger oder fast immer präsentiert sind. Und solche, die die Slg. gut repräsentieren und dass ein schöner Querschnitt entsteht, der auch eine gewisse Vielfältigkeit hat.

Frage: Als nächstes?

Th: Dann haben wir wirklich Kataloge, also Ordner angelegt und zu jedem – erstens haben die von Antenna Audio Abbildungen gebraucht und gesammelt. Dann die Texte, die wir im Laufe der Jahre für uns, für unsere Führungen gesammelt, geschrieben, recherchiert haben.

Dazu kamen spannende Sachen aus der Sammlung, die nicht publiziert sind, so Geschichten im Hintergrund – zur Person.

G: Also Dinge, die man auch nicht in einem Katalog lesen kann.

Th: Die in Berlin haben wirklich so ganz fette Ordner gekriegt, wo alles von der Biographie des Künstlers – das haben wir alles zusammengestellt, das war aber sehr, sehr viel Arbeit.

G: Und die haben diesen ganzen Wust an Informationen genommen und haben dann – ihren Text geschrieben, ihren Sprechtext – nachdem wir ihn autorisiert haben.

Die Dame ist dann öfters von Berlin hergeflogen und ist mit uns von Bild zu Bild durchgegangen, auch mit Peter Baum und wir haben spontan vor dem Bild noch mal gesprochen, was sie aufgenommen hat – nicht um das 1 zu 1 zu verwenden, sondern als Information.

Und dann hat sie natürlich auch die Interviews geführt, und dann haben wir natürlich die erste Fassung bekommen.

Th: und dann haben wir überlegt, in welchen Sprachen wir das anbieten und da war es aus Kostengründen eigentlich sehr rasch beschlossen, dass es nur zweisprachig sein wird. Es ist das Lentos nicht Salzburg oder Paris, wo sehr viele frz. und italienische Gäste kommen, - wir haben uns dann auf Englisch beschränkt. Eine dritte Sprache kostet sehr viel mehr.

Frage: noch stehen die Kosten im Raum? (Inzwischen ist ein Ordner auf den Besprechungstisch gelegt worden)

Th (schlägt den Ordner auf): Ich sag Ihnen jetzt, dieses Nachpaket, das wir bestellt haben, das waren 15 Werke aus der Sammlung 30 Min Neuproduktion. Also: 30 Min. mit 15 werken, ein paar Korrekturen von der alten Geschichte waren drunter und eine neue Begrüßung durch die neue Direktorin - also 30 Text-Minuten als Produkt: 12.000 Euro für eine Nachproduktion, eine Erweiterungsproduktion.

Wir haben einfach 15 neue –durch den Direktionswechsel umgehängte – Werke, Neuankäufe eingeschlossen

Und die erste Produktion mit den Geräten – ich glaub das wird stimmen – lag so um die 30.000 Euro. Das ist natürlich schon eine Größenordnung –

Frage: Die Geräte waren da dabei?

Th: waren dabei, ja, wobei das Budget dafür ja auch – die Hardware betreffend – aus dem Baubudget kam.

Frage: Wie viele Geräte sind damals mitgekommen?

Th: 50 Geräte

Wir haben in der ersten Produktion, wenn ich mir das so anschau, (zählt: 2, 4, 6, 8, 10...) 40 Werke in den Inhalt aufgenommen und dann noch mal 15 in der Nachproduktion, 42 waren es genau –

Frage: Hört man einen Unterschied zwischen der ersten und der zweiten Produktion?

Th und G: Nein, es wurden dieselben Sprecher gebeten

G: (hält eine Unterlage hoch) Schau, das war einmal eine Aufstellung der angebotenen Stimmen – da haben wir es uns

aussuchen können, es gab gleichviel weibliche wie männliche Stimmen und wir durften bestimmen, welche wir für unsere Texte haben wollten.

G: Wir haben dann eben die Textform in Papierform per Email bekommen und wir haben die dann noch einmal gelesen und gelesen und gestrichen. Extrem viele Änderungen waren es nicht, aber hie und da natürlich.

- Aber auch noch einmal gelesen um die ganzen Fakten zu überprüfen, weil ein Fehler schlecht sich leicht ein und noch einmal nachgesehen, ob das, was uns wichtig ist, drinnen vorkommt.

Es war – sag ich noch einmal – auch für uns sehr viel Aufwand und viel Arbeit, das muß man schon sagen.

G: Wir haben z.B. gesagt, das wäre uns noch wichtig, das müßte beim Schiele noch dabei sein

Th: Das ist aber dann auch durchgeführt worden, zum Teil haben wir dann einfach unsere Sprache einfließen lassen manchmal, wenn wir Korrekturen gehabt haben. Die Texte sind also immer relativ kurz, so 214 Wörter, 229 Wörter

G: und die haben dort (in Berlin) also richtige Kunsthistoriker - Fachleute, die das schreiben.

Th: Also haben sie dort eine Kunsthistorikerin, die für die zeitgenössische Kunst zuständig war, weil derjenige, der für die Barockmalerei zuständig ist, wird nicht der Richtige für den zeitgenössischen Bereich sein und -

G: 2,3 Leute waren es,

die eine kam dann auch, hat die Interviews mit uns gemacht und die hat dann auch die Texte geschrieben

Th: Im Schnitt sind es immer so um die 200, maximal 300 Wörter, meistens so um die 250 Wörter, gerade einmal so eine A4 Seite. Mehr hört man nicht zu, sagten sie. Dann gibt es manchmal Vertiefungsmöglichkeiten, da heißt es dann: Wenn Sie mehr über den Expressionismus wissen wollen - dann können Sie sich unter der Nr. 212 (Bsp) weiter informieren

Manchmal haben wir auch - also wir wurden gefragt ob wir gerne Musik dabei haben möchten. Haben wir gesagt sehr wohl und in manchen Fällen, wo es uns passend schien, ist es auch mit musikalischer Untermalung, manchmal nicht - wie gesagt, in Einzelfällen.

G: Da sind Vorschläge gekommen

Th: Und wir haben dann gesagt - etwa bei Carel Appel Jazz eher natürlich, weil der immer mit Jazz gemalt hat usw. Das war eigentlich keine Sache

Frage: Wie war die Zusammenarbeit?

G. u. Th: Sehr angenehm und sehr professionell von seiten der Antenna Audio

Frage: Wie lange hat gesamte Erstellung und Produktion gedauert?

G. u. Th: Also zur Eröffnung am 18. Mai war es fertig - begonnen etwa drei Monate vorher - wobei dann die Nachproduktion viel schneller ging, in Summe also sehr kurz und es war eine sehr intensive Zusammenarbeit. Vom ersten Treffen mit der Herstellerfirma weg - nicht von der ersten Idee an einen AG natürlich.

Th: Wir haben auch sehr viele O-Töne mit dem Herrn Direktor drinnen,

Frage: wie wurden die Künstler ausgesucht, mit denen Interviews entstanden sind?

G: Wir haben das mit dem Direktor, also miteinander besprochen, bei welchem Künstler es sinnvoll wäre, bzw. wer irgendwo greifbar ist und dann den Kontakt gemacht.

Th: Und in manchen Fällen hatten wir selbst Interviews da - auch vom ORF zum Teil, von Ausstellungseröffnungen zB. Sehr viele hatten wir da nicht, aber ich schau jetzt einmal - welche Künstler wir da im O-Ton hatten: den Appel einmal sowieso.

Es ist natürlich so, dass sehr viele dieser Werke nicht hängen oder wechselseitig hängen - und (Disk. wie ich es mit dem Gemäldekatalog in der Hand hören könnte)

Also von denen, die wir gemacht haben, wird jetzt sicher die Hälfte hängen.

G: Der Appel hängt, der Tony Craigg, der Attasee hängt net, der Beck hängt net, der Beier hängt net ...

Gösch, Nitsch, Hrdlicka, Prachensky, Brandl, Rainer, Prinz ..

Staudacher, Thöny, Wakolbinger und Warhol - das war die erste Tranche.

Frage: Technisch war die Erweiterung schwierig ?

Th: Ausgetauscht wurden bloß die Chips, das Neue dazugekommen sozusagen

G: Und es gab auch die Wahlmöglichkeit, da haben wir lange herumdiskutiert zwischen diesen Infrarot-Sendern, die es damals gegeben hat, d.h. man macht an die Werke Punkte an und da kommt automatisch . schaltet sich der Ton dazu. Wir haben das selbst ausprobiert und hatten

damit aber viel Fehlversuche - aus welchen Gründen auch immer - und dann sind wir davon abgegangen, das Infrarot zu nehmen, weil da oft Stör-Frequenzen hereinkommen. Wir haben dann gesagt, wir nehmen lieber die händische Variante: man tippt die Nr. ein und ich bin sicher, dass dann das richtige Werk zum richtigen Bild kommt.

G: Na und vielleicht will ich einmal auch nur das Bild betrachten und nicht den Ton dazu hören - und dann kann ich mich auch frei entscheiden

Th: Wenn ich mich richtig zurückerinnere, war auch ein Argument dagegen, dass bei uns doch die Präsentationen relativ häufig wechseln. Wenn Sie jetzt eine ständige Sammlung haben wo das Bild mehr oder minder immer an derselben Stelle hängt, dann gibt man diesen Infrarot-Anker auf das Bild und der bleibt. Bei uns wird nun relativ häufig umgehängt, dann geht der Chip einmal verloren - also das war auch vom Handling her ein Grund.

G: Ja da sehe ich gerade bei Carel Appel: „aufblendende Be Pop- Musik oder Cool Jazz“ - „langsame Abblende Jazz-Musik“

Relativ viele O-Töne vom Herrn Baum gibt's, die sind auch drinnen geblieben, nur eben die Begrüßung logischerweise nicht.

Frage nach ev. O-Text-Beispielen für die Arbeit

Th: Da haben wir auch einen O-Ton Restaurator 2 x drinnen, ...

Frage: Hat das Endprodukt für Sie gestimmt?

G: Na, ich glaube es war ein sehr rundes Produkt, weil wir einerseits sehr viel involviert waren und

Th: Und sie haben es wirklich sehr professionell gemacht, muß man wirklich sagen. Immer im Zeitplan, es hat geheißen in 14 Tagen kriegen Sie die ersten Texte, bitte lesen Sie sie Korrektur

G: und einmal sogar - wir hat die entzückende Dame geheißen, die immer gekommen ist?

Th: Die auch am Eröffnungstag dann da war?

G: Da ist extra eine am Eröffnungstag, wo 15.000 Besucher waren, ist die extra angereist und hat selber diese Audio-Guides ausgegeben. Hat erklärt, die ist also von Berlin dagewesen - und die waren auch alle wahnsinnig freundlich und nett, also wirklich, eine sehr angenehme Zusammenarbeit, das muß man sagen. Also menschlich sehr angenehm und sehr professionell

Th: (auf die Anspielung, andere Hersteller gehen kaum auf das, was Text und Inhalt ist, ein)

Die spielen die Texte einfach ein - die machen es nicht selber. Sprechen halt in Studios - setzen um, was man ihnen weitergibt

Frage: Ist der Audio-Guide eine Konkurrenz zur personalen Vermittlung an Ihrem Haus?

G: Nein, es ist sicher, dass die Vermittlung selber - also jetzt mit Führer, mit Kunstvermittler, mit Museumspädagogen im Mittelpunkt steht, aber man kann nicht zu jeder Zeit damit eine Führung konsumieren - und v.a. Einzelpersonen, wenn die jetzt am Freitag um 14 Uhr kommen, wollen sie nat. nicht 65 Euro für eine Führung zahlen und für Touristen, die nicht wissen wann sie vorbeikommen - dass man damit einen ersten Gang durchs Haus machen kann. Für die aktuellen Ausstellungen haben wir eh keinen Audio-Guide und Führungen und Vermittlungsprogramm, das ist bei uns ein ganz großer Schwerpunkt und der wird auch wahnsinnig gern angenommen. Es gibt keinen Tag, wo keine Workshops oder Führungen stattfinden. Und die konkurrieren auch überhaupt nicht.

Th: Nein, überhaupt nicht - der Audio-Guide ist hilfreich für alle Situationen, wo man keine Führungen machen kann - aber in keiner Form sehe ich ihn als Konkurrenzprodukt.

G: Und eine Gruppe nimmt sich ohnedies keinen Audio-Guide, die bestellt sich eine personale Führung.

Eher wenn jemand allein am Sonntagvormittag kommt, dann nimmt er sich einen Audio-Guide.

Th: Es ist vorwiegend für - eigentlich ist es für Einzelbesucher, es ist das ideale Medium für einen Einzelnen.

G: Oder für uns zwei, weil wir zu faul sind einen Katalog in einem anderen Museum zu lesen -

Th: Also ich selber nehme mir immer einen im Ausland, weil erstens bin ich ja gar nicht der spanischen Sprache mächtig, d.h. ich könnte in Madrid gar nicht mit einer Führung mitgehen, somit bin ich auf einen englischen Audio-Guide angewiesen – und in englisch gibt es ihn auf der ganzen Welt, so hör ich mir die Texte an – egal welche Vorbildung man hat, weil man kriegt vertiefende Information

G: Und man kann aber trotzdem selber auch – weil immer will ich ja nicht eine Führung, weil ich keine Zeit habe oder weil es trotzdem eine subjektive Auswahl eines Vermittlers ist – so kann ich sagen okay, ich hab da jetzt drei Bilder, die will ich unbedingt sehen und mit denen laß ich mir Zeit

Frage: Ich kann mit Audio-Guide mein eigenes Tempo machen, nicht?

G: Ist aber keine Konkurrenz, also wir haben noch nie jemand gehabt, der gesagt hat, nein, da nimm ich mir den Audio-Guide oder so, das nie:

Frage: Die Vermittler im Haus nehmen den Audio-Guide auch nicht als Konkurrenz zu ihrer Arbeit, sie kennen die Inhalte?

Th: Das ist bei uns im Haus vielleicht auch, weil wir bieten den Audio-Guide auch nicht bei Sonderausstellungen an, in großen Häusern gibt es natürlich Sonderausstellungen – Audio-Guides, ob es da eine Konkurrenz zu den Führungen ist, weiß ich nicht.

G: Aber Gruppen wollen eine Führung haben, es ist noch nicht einmal passiert, dass da irgendwas gewesen ist.

Frage: Wurde der Audio-Guide am Haus evaluiert?

Th: Wir haben einmal statistisch erhoben, wie viele wir ausgeliehen haben – Ich hab das nicht mehr präsent

Frage: Waren Sie zufrieden mit dem Ergebnis?

Th: Also „hereingespielt“ hat er sich noch nicht –

G: Der „Renner“ ist der Audio-Guide nicht

Th: Bei uns für die ständige Sammlung, muß man schon sagen

Es ist ein Service für das Publikum – wenn ich ihn mir ausborge kostet er zwei Euro – in der Produktion ist er für uns natürlich relativ teuer. Wenn man nur zwei Euro pro Person einnimmt, dann braucht man sehr lange um diese Ausgaben hereinzuspielen.

G: Und man darf ja nicht vergessen, das Museum gibt es ja schon seit 1947, d.h. unsere Highlights der Sammlung haben ja 90 Prozent der ständigen Lentos-Besucher schon in der Neuen Galerie gesehen. Die kennen sie eigentlich schon. Richtig gutgehen würde er wahrscheinlich, wenn wir zu jeder Sonderausstellung einen machen würden. Aber das ist wirklich ein Serviceangebot, das vor allem in der Eröffnungsphase attraktiv war, wo die Besucher ja von weiter her gekommen sind, um das Haus zu sehen. Und es hat ja Bestand, es bleibt ja relativ lang aktuell.

Th: Man kann dann immer wieder erweitern, das war ja auch ein angenehmes Argument, dass ich sagen kann so, jetzt nehme ich noch mal was dazu, ein paar wichtige Werke fehlen uns oder durch Umhängungen haben sich ein paar Schwerpunkte ergeben oder durch Ankäufe doch andere Schwerpunkte ergeben. Also da kann man doch relativ flexibel reagieren. Und wenn ein Bild dann auf einmal 3 Jahre nicht hängt, auf einmal kommt ´s wieder rauf und kriegt es eine Nummer.

Frage: Habt Ihr extra Werbung gemacht für den Audio-Guide ?

Th: Nein, hätte man vielleicht machen können, sollen auch – aber, ja - So ist es halt ein Serviceangebot, ein günstiges für den Besucher.

Frage nach den kosten hängt noch einmal in der Luft

Th: Ich weiß so um die 25.000 Euro kostet es immer bei einer kompletten Neuproduktion. Es kommt natürlich immer drauf an wie viele Werke und wie ausführlich, aber es sind natürlich schon massive Kosten – und ein ungeheurer Aufwand.

G: Der Aufwand ist nicht nur finanziell, sondern auch zeitlich, weil da ist man schon lang beschäftigt auch.

Th: Das Material zB war in unserem Fall schon vorhanden, zumindest überwiegend, weil wir beide schon lange im Haus sind und schon jahrelang führen, das heißt Du hast eh schon viel beieinander, weil ich ja zu den Werken was wissen will, aber wenn ich jetzt wie bei Hellwein im Vorfeld kein Experte bin, muß ich mich ja noch tiefer informieren und zeitaufwendiger.

Frage u Disk. über KHM und seine Audio-Guides bei Sonderführungen und wie dort die Sammlungs-Audio-Guide und die Texte dazu wohl entstehen, wahrscheinlich unter Vereinfachung von Katalogtexten, die vorhanden.

Th: So gesehen war es ja bei uns noch schwieriger, weil wir ja keine vorgefertigten Katalogtexte haben. Das war wirklich unsere Recherche über Jahre und unsere langjährige Erfahrung, weil bei uns gibt's das auch nicht wie im KHM zu jedem Bild einen wissenschaftlichen Text –die gab s nicht, die haben wir halt einmal zusammengeschrieben. So war das auch eigentlich ein Resumée über viele Jahre Arbeit, was wir gemacht haben.

Frage nach technischen Problemen mit den Geräten:

Th: Wo wir einmal ein Problem hatten, das sind immer die Akkus diese leidigen, dass halt einmal ein Akku zu schnell seinen Geist aufgibt.

a.3 – Das Gespräch am Da Ponte Institut mit Dr. Herbert Lachmayer
und Dr. Reinhard Eisendle
geführt am 03.Mai 2006

Gespräch über die Entstehung des Ausstellungs -Audio-Guides zur Ausstellung des Da Ponte Instituts und der Albertina „MOZART. Experiment Aufklärung“

Geführt: am 03.Mai 2006 im Da Ponte Institut, 1010 Wien, Goethegasse 1

Anwesend: Dr. Reinhard Eisendle, Kurator der Ausstellung

Dr. Herbert Lachmayer, Insitutsvorstand und ebenfalls
Kurator dieser Ausstellung

Der vorbereitete Fragenkatalog braucht gar nicht strapaziert zu werden, vieles erledigt sich von selbst – es wurde nirgends ein ähnliches Vorhaben beobachtet, probegehört hätten, wenn überhaupt, die Kollegen vom Museum Albertina.

Auch die Entscheidung für den Berliner Gerätehersteller lag beim Museum. Die Textarbeit jedoch sei ausschließlich vom Da Ponte Institut angeregt worden.

Dr. Eisendle: es habe allerdings ein Vorbild gegeben, die Salieri-Ausstellung 2005 in Milano, anlässlich der Wiedereröffnung der Mailänder Scala, allerdings habe man damals auf die Einrichtung von Audio-Guides verzichtet und die Hörgeschichten und Musikeinspielungen sind über den Raum erfolgt.

Die Frage nach Hörtextfassungen beantwortet Eisendle mit dem Hinweis auf die Leiterin der Vermittlung im Museum Albertina, Dr. Ruth Beelitz. Mit ihr habe er einige Rundgänge durch die bereits aufgestellten Passagen der Ausstellung gemacht und habe ausführliche Informationen zu den Objekten geäußert. Frau Dr. Beelitz habe sich Notizen gemacht und ihre Gespräche aufgezeichnet. Danach habe sie diese Rundgänge mit der Textfassung kombiniert und im nächsten Schritt habe er diese Texte wieder geprüft und bei Bedarf ergänzt resp. korrigiert.

Unter den 1.107 Objekten seien viele Autographen, die innerhalb der sechs Monate dauernden Ausstellung vertragsgemäß ausgetauscht werden müßten. Aus diesem Grund sei das Auswählen der Objekte für die Audioführung schwierig gewesen erklären beide Gesprächspartner.

Zum inhaltlichen Konzept erklärte Dr. Lachmayer, es sei durch den Audio-Guide seine Absicht gewesen, „eine gewisse Herbeiredungsrethorik“ transparent zu machen, die die Forschungsergebnisse zu dieser Epoche adäquat beleuchtet.

Für ihn aktiviert ein Audio-Guide eine prinzipiell Rezeptionsbereitschaft beim Benutzer. Er verbindet das Hörerlebnis im Rahmen der Audioführung sehr stark mit dem Raumerlebnis, der Raum als eine begehbare Dimension spiele die wichtigste Rolle in dieser Ausstellung.

Gehörlose, ergänzt Dr. Lachmayer, hätten einen stärkeren Raumverlust als Blinde, denen die Räumlichkeit des Hörens im Gegenteil besonders vertraut ist. Das habe ihn sehr beschäftigt bei der Konzeption der Hör-Inhalte.

Ein Audio-Guide sollte seines Erachtens interaktiv besprechbar sein, sollte zum Zurücksprechen und Zurückfragen animieren.

Ein Be – sprechen der Objekte und Bilder sei erst dann wirklich möglich.

Herbert Lachmayer ist überzeugt davon, dass sich via audieller Medien ein Königsweg im Ausstellungswesen und in der Sammlungsrezeption erreichen ließe. Dazu gehörte seines Erachtens eine solche Möglichkeit, interaktiv zu reagieren.

Lachmayers ursprüngliche Wunsch für die Ausstellung „Mozart.Experiment Aufklärung“ wären kleine Stelen gewesen, die – als Anlaufstellen im Raum stehend – sowohl Informationen, Ton-Dokumente und Musikbeispiele angeboten hätten, aber auch auf Zugriffe reagieren hätten können. Das ließ sich technisch nicht bewerkstelligen, so kam man auf die Audio-Guide-Lösung.

Auf die Frage nach dem Stellenwert der multimedialen Screens, die im Ausstellungsraum verteilt ihr Eigenleben führen, antworteten Lachmayer und Eisendle, sie wären ohne interaktiven Anspruch geplant worden. Sie sollten auf die Objekte im Raum reagieren, die Leitthemen „verflüssigen“ (Eisendle) und zusätzliche Aspekte wörtlich in den Raum stellen, die sonst nirgends angesprochen wurden. Die angesprochenen Screens hätten bewußt keinerlei Bezug zu den Audio-Guides und ihren Inhalten.

a. 4 Telefongespräch mit Mag. Natalie Lettner, Textredaktion am
Kunsthistorischen Museum Wien
geführt am 03.05.2006

Mag. Lettner arbeitet seit dem Jahr 2000 am KHM als textverantwortliche Germanistin, erstellt die Texte der Audio-Guides in allen Sammlungen des Hauses. Zuvor war sie am Jüdischen Museum Wien engagiert, wo sie ebenfalls die Texte zu einer Audioführung verantwortete. Auf die neuaufgestellte und wiedereröffnete Antikensammlung und ihre Arbeit dort als Textverantwortliche angesprochen, erwähnt sie, dass gerade dort die Kuratoren die Katalogtexte zu Wand- und Hörtexten

Auf die Frage, welche Überlegungen dem Audio-Guide im eigenen Haus vorausgegangen wären, antwortet Mag Lettner, es habe schon festgestanden, dass dem internationalen Usus folgend, Audio-Guides fortan entstehen sollen, sowohl für die Sammlungen am Haus als auch für die Sonderausstellungen. In der Tat fänden diese Audioführungen v.a. zu den Sonderausstellungen immer mehr Anklang, werde danach gefragt.

Hofrat Dr. Wilfried Seipel als Direktor hätte sie persönlich zu dem Zweck der Erstellung von Audio-Texten ans Haus geholt.

Gefragt nach Vorbildern meint sie, verweist sie auf die großen Museen New Yorks. Dort hätte sie sich einige sehr interessante Beispiele angehört, speziell am Metropolitan Museum Für welches Betriebssystem sich das Haus entschieden hat hätte schon vor ihrer Zeit festgelegt.

Ihre Verantwortung ist es über die Auswahl der Texte zu entscheiden, die Vorlage dafür komme von den verantwortlichen Abteilungen, den wissenschaftlichen Mitarbeitern dort in den Sammlungen, den Kuratoren. Je nach Abteilung blieben diese Mitarbeiter auch mehr oder weniger mitverantwortlich für die Texte.

Auf die Frage nach dem Procedere bis zum Hörtext antwortet sie, die Texte entstehen im Vorfeld einer Ausstellung immer in Absprache mit den zuständigen Abteilungen- ca. 6 Monate vor Ausstellungsbeginn trifft man einander, meint die Germanistin, und einigt sich gemeinsam auf die Objektauswahl. Danach überlege sie sich eine Dramaturgie, die sie dann als Leitfaden an die Kuratoren und Wissenschaftler weitergibt.

Das Gegenlesen ist zumeist kurz und es gibt auch keinen langen Korrekturprozeß. Die einzige Ausnahme wäre die Antikensammlung gewesen. Da hätte sie schließlich die Katalogtexte nur wenig verändern dürfen.

In anderen Projekten und Sammlungen seien die Texte in wenigen Stunden gelesen und angenommen worden.

Wie werden die Texte erarbeitet?

Die Erstellung der Texte geschieht im KHM offenbar schnell und weicht nicht wesentlich von den Katalogtext- und Wandtext- Vorlagen ab. Auf Nachfrage dazu meint sie, ihre Kriterien sind die sprachliche Korrektur, sie sei ja vor allem Germanistin.

Wer setzte die geschriebenen und korrigierten Texte in einen Hör-Beitrag um? Welches Studio produzierte die Audio-Guides? Die Kooperation mit dem ORF-Radiosender Ö 1 hat bei der Wahl der Sprecher geholfen, produziert wurde in privaten, aber empfohlenen Tonstudios.

Extra beworben wurde der Audio-Guide nur aus aktuellem Anlaß, etwa bei einer Sonderausstellung und/ oder – wie im Fall der Antikensammlung – aus Anlaß des Neueinsatzes. Damals, im Oktober 2005, habe die Tageszeitung „Die Presse“ eine eigene Seite über Audio-Guides gemacht.

Gefragt nach der Akzeptanz des Audio-Guides meinte sie, im eigenen Haus, besonders im Vermittlungsbereich, wäre es anfänglich sehr schwierig gewesen. Erst im Laufe der Jahre hätten auch die KollegInnen die wichtige und edukative Rolle der Hörführungen erkannt. Heute meint sie, sei das ganze Haus einfach daran gewöhnt.

b. Literatur

Uwe Christian Dech, Aufmerksames Sehen – Konzept einer Audioführung zu ausgewählten Exponaten, transcript Verlag, Bielefeld 2004

Evelyn Dawid, Robert Schlesinger, Texte in Museen und Ausstellungen- ein Praxisleitfaden, transcript Verlag, Bielefeld 2002

Schnittpunkt.ausstellungstheorie& praxis, Textsammlung und Arbeitsmaterialien. wer spricht? reflexionen zur vermittlung – audioguides, Jänner 2004

Schnittpunkt.ausstellungstheorie&praxis, Beatrice Jaschke, Charlotte Martinz- Turek, Nora Sternfeld (Hg) Wer spricht?- Autorität und Autorschaft in Ausstellungen, Turia + Kant, 2005

Arnold Meyer-Lange (Hg.), Sprache und Sprechen in Hörfunk und Fernsehen, Wien 1987

Chris Dercon, Sonnenflügel-Mondtrakt, in: U.M.Schneede (Hg) Museum 2000 – Erlebnispark oder Bildungsstätte, Köln, Dumont, 2000