

# Postkulturmanagement

MARTIN TRÖNDLE, STEVEN GREENWOOD,  
VOLKER KIRCHBERG, WOLFGANG TSCHACHER,  
STÉPHANIE WINTZERITH, SIBYLLE OMLIN,  
KAREN VAN DEN BERG

Im Fach Kulturmanagement zeichnet sich ein Paradigmenwechsel hinsichtlich des wissenschaftlichen Selbstverständnisses ab. Mit dem folgenden Beitrag soll am Beispiel des Schweizer Nationalforschungsprojektes *eMotion – mapping museum experience* exemplarisch gezeigt werden, worin dieser besteht. *eMotion* ist ein transdisziplinäres Forschungsprojekt einer international zusammengesetzten Forschungsgruppe in den Bereichen Kulturmanagement und -vermittlung sowie der Museums- und Besucherforschung ([www.mapping-museum-experience.com](http://www.mapping-museum-experience.com)).

## 1. Kulturmanagement: Bestandsaufnahme und Perspektive

Als Kulturmanagement bezeichnet man alle Steuerungen zur Erstellung und Sicherung von Leistungen in arbeitsteiligen Kulturbetrieben, die sich in einer komplexen und veränderbaren Umwelt abspielen und die auf Austauschbeziehungen zwischen Anbietern und Nutzern ausgerichtet sind.

(1) Kulturmanagement sichert die Rahmenbedingungen für eine Produktion von Kunst und Kultur, ohne an der Produktion selbst unmittelbar beteiligt zu sein. Kulturmanagement schafft Kunst und Kultur nicht selbst, sondern ermöglicht sie. Dieser Produktionsprozess verläuft nach Regeln, die weitgehend der allgemeinen → *Managementlehre* entlehnt sind, d. h. es geht auch hier um → *Planung*, → *Führung* (h. i. O.) und → *Controlling* (h. i. O.).

(2) ... Dazu bedient es sich eines betriebswirtschaftlichen → *Marketings*, um einerseits die Situation, in der ein Angebot erfolgt, zu analysieren (→ *Marketinganalyse* (h. i. O.) und andererseits → *Marketinginstrumente* zur Positionierung eines Angebots einsetzen zu können.

(3) Dies alles geschieht allerdings nicht allein in ökonomischen Kontexten, sondern auch unter Beachtung rechtlicher, administrativer, finanzieller und politischer Rahmenbedingungen. ...

(4) Kulturmanagement ist aber mehr als nur die Übertragung der Betriebswirtschaftslehre auf einen Kulturbetrieb. ...

(5) Deshalb wird Kulturmanagement nicht möglich sein ohne die Berücksichtigung einer → *Bezugsdisziplin*, und d. h., es müssen immer auch kulturanthropologische, kultursoziologische und künstlerische Aspekte in das Kulturmanagement einfließen, ... (HEINRICHS/KLEIN 1996: 193f).

Diese bekannte, an der Mainstream-Betriebswirtschaftslehre orientierte, ‚collagenhafte‘ Konzeption des Kulturmanagements der späten 1980er und 90er Jahre, die vor allem auf die Techniken und Rahmenbedingungen abhebt, scheint zunehmend von einem Kulturmanagementverständnis, das die Inhalte und die Integration der beteiligten Disziplinen stärker gewichtet, abgelöst zu werden. Der Trend beruht zum ersten auf der immer noch fehlenden Praxisakzeptanz, auf die das Kulturmanagement stößt (KELLER 2008), zum zweiten auf dem Hervortreten eines theoretischen und methodischen Defizits (BERG 2008; TRÖNDLE 2008) und zum dritten auf den veränderten beruflichen Rahmenbedingungen der Kulturmanager (MANDEL 2008). Nicht zuletzt könnte auch ein Unbehagen gegen den Managementbegriff und die Rolle des Managers dazu geführt haben. So kommt es nach der Gründungs- und Konstitutionsphase des Kulturmanagements in den 1980er und 90er Jahren zu einer Weiterentwicklung und Ausdifferenzierung des Selbstverständnisses der Fachvertreter. Um die soll es hier gehen.

Die wesentlichen Managemententwicklungen haben sich im macht-basierten politisch-administrativen System (Hierarchie und Bürokratie) und im geldbasierten Wirtschaftssystem entwickelt und beide operieren mit ihrer jeweiligen Systemlogik. Sinnlicher Sinn, Emotion, (kritische) Ästhetik, die Kritik kultureller Praktiken, die Konstruktion neuer Wirklichkeiten, utopisches Potential etc., all das, worum es in künstlerischen Produktionen und den Vermittlungsprozessen per se geht, lässt sich nicht oder nur kaum mit managerialen oder bürokratischen Steuerungsinstrumenten fassen (TRÖNDLE 2006: 24f.).<sup>1</sup> Dies wurde auch bei dem international besetzten Kongress *Kulturpolitik im Kontext von Zentrum*

1 In einer neueren Ausgabe des Kulturmanagement Newsletter (*Schwerpunkt Management*) schreibt Thomas Mersich, dass es sich im Kulturbereich um eine „besondere Form des Organisierens handelt, aber eigentlich in den seltensten Fällen um Management“ und Kulturmanager über keine „Arbeitsfelder verfügen, die für das Management typisch sind“. Sogleich postuliert Mersich, dass „professionelles Management ... eine Notwendigkeit darstellt“. Diese paradoxe Argumentation scheint ein Paradigma der ‚Old School‘-Kulturmanagementliteratur (siehe ausführlich TRÖNDLE 2006: 13ff).

und *Peripherie* 2007 in Hannover deutlich.<sup>2</sup> Diskutiert wurden mögliche zukünftige Entwürfe von Kulturinstitutionen, der Kulturvermittlung und der Kulturfinanzierung unter den Bedingungen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandels – auf der kulturpolitischen Makro- als auch der kulturmanagerialen Mikroebene. Die Diskussion der über 200 Teilnehmenden aus Kulturorganisationen und der Kulturpolitik lässt sich wie folgt zusammenfassen: Auf der organisatorischen Mikroebene wurden in den letzten 10 Jahren einige Themen des Kulturmanagements umgesetzt (insbesondere in den Bereichen Marketing, Drittmittel, Rechtsformmodelle), d. h. diese Themen haben ihren Aktualitätswert verloren. Auf der Makroebene – also zur Entwicklung und Interpretation neuer Bedeutungsfelder und Zukunftsstrategien – bietet das ‚Old School‘-Kulturmanagement mit seinen managementorientierten Handlungsanweisungen wenig utopisches Potential und nur eine beschränkte Problemlösungskompetenz für Kulturinstitutionen und Kulturpolitik.

Statt der bisher managementorientierten „Professionalisierung des institutionellen Handelns“ rückt in der aktuellen Diskussion des Kunst- und Kulturmanagements vermehrt eine kritische Theorie der Kulturinstitution in den Mittelpunkt des Interesses im Gegensatz zu einer bloßen Optimierung von Kulturfinanzierungsmodellen und es interessiert eine kulturbetriebsspezifische Erweiterung des Managementbegriffs.<sup>3</sup> Dem ‚Postkulturmanagement‘ geht es also nicht bloß um die managementmäßige Optimierung des Bestehenden, sondern darum, aus der künstlerischen Praxis heraus wissenschaftlich fundierte Forschungsszenarien zu entwickeln.<sup>4</sup> Denn soll das Kulturmanagement zukunftsfähige Modelle für Kulturorganisationen entwerfen, müssen die Fachvertreter stärkeres Augenmerk auf die Spannung zwischen dem Bestehenden und dem Möglichen legen und dadurch die Voraussetzungen für mögliche Wirklichkeiten schaffen. Dafür ist ein erweitertes Selbstverständnis im

2 Zur Dokumentation des Symposiums am 7. und 8. November 2007 im Sprengel Museum Hannover siehe <http://www.kulturkongress.2007.niedersachsen.de/intention.html>.

3 Siehe die Beiträge von Dirk Baecker und Karen van den Berg in diesem Band sowie Tröndle (2006), ferner die Tagung des Fachverbandes Kulturmanagement 2008.

4 Eine eigenständige auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete, theoretisch und methodisch fundierte Forschungspraxis ist selten. Ausnahmen sind Tasos Zembylas' Entwurf einer Kulturbetriebslehre (ZEMBYLAS/TSCHMUCK 2006), Martin Tröndles Entwurf des Integrierten Kunst- und Kulturmanagements (TRÖNDLE 2006), Peter Bendixens Ansatz Kulturmanagement von seinen Inhalten aus zu denken und weniger von den Managementtechniken (Bendixen 2001), Werner Heinrichs vergleichende Forschung zu Kulturpolitik und Kulturfinanzierung (HEINRICHS 1997) und Michael Hutters systemtheoretischer Entwurf einer Kulturökonomik (HUTTER 1992).

Kulturmanagement notwendig einhergehend mit einem (organisatorischen und methodischen) Neuentwurf der Forschung. Gerade diese Verbindung von wissenschaftlichem und künstlerischem Arbeiten könnte Signum für eine transdisziplinär angelegte Forschung im Fach Kunst- und Kulturmanagement sein.

## 2. Postkulturmanagement: wissenschaftliche Invention und praktische Intervention

Mit der Gründung des Fachverbandes Kulturmanagement e.V. im Jahr 2007 schlossen sich erstmals die deutschsprachigen Lehrenden und Forschenden des Fachs zusammen, um die Entwicklung des Kunst- und Kulturmanagements gemeinsam zu diskutieren und sich untereinander zu vernetzen. Das ist neu, denn bisher war die Kultur des Faches mehr durch ein „Nebeneinander als ein Miteinander“ geprägt. Auf den Arbeitstagungen *Kulturmanagement: Bestandsaufnahme und Perspektive* (Rendsburg 2007) und *Forschungsansätze und -methoden im Kulturmanagement* (Universität Hildesheim, 2008) wurde der Wille zu einer eigenständigen, methodischen und theoretischen Entwicklung artikuliert. Zum einen hat sich damit ein Fachdiskurs etabliert, zum anderen scheint ein Paradigmenwechsel erkennbar: Das Fach ist in eine neue Phase eingetreten.

Das Kunst- und Kulturmanagement wird seit kurzem als eine Disziplin zwischen „wissenschaftlicher Invention und praktischer Intervention“ entworfen, die im „Spannungsfeld von direkt anwendbarem Handlungswissen und Reflexionswissen“ agiert. Weiter ist ein „methodical turn“ weg von der Collage hin zur Integration signifikant: „Kulturmanagementforschung braucht ein integrierendes Vorgehen, das die verschiedenen Forschungsansätze der unterschiedlichen Bezugsdisziplinen zusammenführt. ... Statt eines multidisziplinären Nebeneinanders wie im Baukastensystem ist ein spezifischer Methodenpluralismus angestrebt.“ ([www.fachverband-kulturmanagement.org](http://www.fachverband-kulturmanagement.org)) Kunst- und Kulturmanagement als inter- oder transdisziplinäre Wissenschaft<sup>5</sup> zu verstehen, die ihre Forschungsfragen im künstlerischen und/oder kulturellen Feld zunächst entwirft und anschließend das entsprechende Methodeninstrumentarium dafür entwickelt, ist in der Entwicklung des Faches

5 Als Unterscheidungsmerkmal von Multi-, Inter- und Transdisziplinarität kann der Grad der Integration der beteiligten Disziplinen und Fächer dienen, siehe POHL/HIRSCH/HADORN (2006).

ein qualitativer Sprung. Denn bisher wurde zwar immer wieder auf die Interdisziplinarität des Fachs hingewiesen (HEINRICHS/KLEIN 2001; HEINZE 1994; RAUHE 1994), jedoch handelt es sich dabei mehr um Multidisziplinarität im Sinne eines collagenhaften, unverbundenen Nebeneinanders verschiedener Ansätze und Disziplinen.<sup>6</sup>

Die Handlungsorientierung des Kunst- und Kulturmanagements beansprucht wissenschaftliches, künstlerisches und praktisches Wissen zu verbinden, um Wissen zu künstlerischen und kulturellen Praktiken neu zu entwerfen. Dabei geht es darum, in *shifting landscapes of knowledge production* (Margaret Wyszomirski 2008 in Hildesheim) temporäre, themenorientierte Kompetenzzentren zu aktuellen Fragen auf dem Gebiet der Kunstproduktion und der Kulturinterpretation aufzubauen, die den komplexen Anforderungen realer Problemstellungen entsprechen (ein einzelwissenschaftliches Vorgehen kann realen Problemstellungen kaum gerecht werden, da sich Probleme meist nicht an die engen Grenzen wissenschaftlicher Disziplinen halten). Forschung verlangt dann die Fähigkeit, Forschungsnetzwerke aus Wissenschaftlern, Praktikern und Künstlern zu knüpfen; die Rolle, die dies verkörpert, ist die des transdisziplinär arbeitenden „Wissenschaftskurators“. Mittelstraß versteht Transdisziplinarität als ein Forschungs- und Wissenschaftsprinzip, das „überall dort wirksam wird, wo eine allein fachliche oder disziplinäre Definition von Problemlagen und Problemlösungen nicht möglich ist bzw. über derartige Definitionen hinausgeführt wird“ (MITTELSTRASS 2005). Transdisziplinarität ist keine Theorie, sondern ein forschungsleitendes Prinzip, das mit einer besonderen Organisationsform einhergeht. Der Gewinn eines transdisziplinären Forschungsansatzes besteht in der zu erwartenden Praxisnähe, die ein einzelwissenschaftliches Vorgehen kaum gewährleisten kann; die Transaktionskosten jedoch zur Entwicklung des Forschungsdesigns sind hoch. Zum einen ist ein erheblicher Kommunikations- und Moderationsaufwand nötig, um zu einem gemeinsam getragenen methodischen Vorgehen zu finden, zum anderen ist es kaum möglich, den Ansprüchen aller Beteiligten in ihrem disziplinären Selbstverständnis, ihrer fachspezifischen Sprache, Begriffen und

6 Auch für eine der jüngsten Publikationen *Kulturmanagement der Zukunft: Perspektiven aus Theorie und Praxis* (LEWINSKI/LÜDDEMANN 2008) ist dieses Vorgehen symptomatisch: Die Titel der Beiträge lauten z. B. *Changemanagement im Theaterbetrieb*, *Kulturtourismus in Mecklenburg-Vorpommern*, *der Sponsoringvertrag der Zukunft*, *Selbstmanagement im Kulturbetrieb* etc., eine thematische oder gar theoretische Konzeption ist nicht zu erkennen. Was der pragmatische Titel mit dem Inhalt zu tun hat, bleibt offen.

Definitionen gerecht zu werden. Inter- oder Transdisziplinarität bringt mit sich, kritisch die Grenzen der eigenen Disziplin zu reflektieren und dadurch die Grenzen des Üblichen der eigenen Disziplin zu erweitern. Das Vorgehen erfordert von den Beteiligten Offenheit, sich auf den anderen einzulassen und gegebenenfalls gar eigene „Glaubensgrundsätze“ hinter sich zu lassen. Mittelstraß (2005) gibt folgende Voraussetzungen für transdisziplinäres Arbeiten an:

1. Der uneingeschränkte Wille zu lernen und die Bereitschaft, die eigenen disziplinären Vorstellungen zur Disposition zu stellen.
2. Die Erarbeitung eigener interdisziplinärer Kompetenz, und zwar in der produktiven Auseinandersetzung mit anderen disziplinären Ansätzen.
3. Die Fähigkeit zur Reformulierung der eigenen Ansätze im Lichte der gewonnenen interdisziplinären Kompetenz.
4. Die Erstellung eines gemeinsamen Textes, in dem die Einheit der Argumentation („transdisziplinäre Einheit“) an die Stelle eines Aggregats disziplinärer Teile tritt.

Dieser transdisziplinäre Ansatz soll anhand des Schweizer Nationalforschungsprojektes *eMotion - mapping museum experience* explizit aufgezeigt werden. *eMotion* ist in den Bereichen Kulturmanagement, Kunstvermittlung und Kunstrezeption, kuratorische Praxis und Museumsforschung, Medienkunst und der Performance angesiedelt. Untersucht wird die kognitive, emotionale und körperliche Wirkung des Kraftfeldes Museum und dessen Einfluss auf das implizite Entscheidungsverhalten der Besucher. Integriert werden dabei wissenschaftliche und künstlerische Forschungs- und Darstellungsmethoden zu einem transdisziplinären Vorgehen. Transdisziplinäres Arbeiten begreift die Künste und die Wissenschaften als je unterschiedliche, aber gleichrangige Formen der Wissensproduktion und macht Methoden der Kunstforschung für Erkenntnisprozesse fruchtbar.<sup>7</sup>

Bei solch einem Vorgehen wäre ein isoliertes Arbeiten kaum möglich, die tangierten Disziplinen übersteigen bei weitem die Wissensressourcen einer Einzelperson. Transdisziplinarität bedeutet daher Ko-Autorschaft statt alleiniger Autorschaft, eine diskursive, dialogische Projektentwicklung statt eines monologischen Vorgehens und ein Arbeiten in Netzwerken statt einem in Hierarchien.

7 Siehe bspw. <http://trans.zhdk.ch/> und <http://www.idk.ch/> und <http://www.imprimerie-basel.ch/Kunst-als-Forschung>.

Konkret: Museumsbesucher, die an dem Projekt teilnehmen wollen, erhalten mit ihrer Eintrittskarte ein Armband, das verschiedene Messgeräte enthält. Es wird u. a. der Weg aufgezeichnet, den der Besucher geht, wie lange er vor einem Objekt stehen bleibt, die Gehgeschwindigkeiten, die Interaktionen mit anderen Besuchern, wann und wie stark er emotional angesprochen wird und wann und wie stark er kognitiv angesprochen wird. Diese quantitative Datenmenge wird durch individualisierte, qualitative Befragungen ergänzt, um eine angemessene Interpretation des Datenmaterials zu ermöglichen. Zudem werden verschiedene Interventionen im Museum als künstlerisch-wissenschaftliche Experimente durchgeführt. Das künstlerische und wissenschaftliche erhobene Datenmaterial wird nicht nur wissenschaftlich, sondern auch künstlerisch interpretiert und in einer Installation während der Ausstellung präsentiert. Im Einzelnen:



*Abb. 1: Ein Besucher betrachtet eine Arbeit von David Claerbout, Kunstmuseum St. Gallen, 2008.*

### 3. Überblick zum Stand der Forschung in den beteiligten Disziplinen

*eMotion* bewegt sich im Wirkungsdreieck von Kunstgegenstand, Kunstbetrachter und Rezeptionskontext, d. h. Präsentationsraum und Präsentationslogik. Die Interdependenzen dieser Momente werden seit Beginn der theoretischen Auseinandersetzung mit der musealen Präsentation von Kunst aus unterschiedlichen Perspektiven erörtert. Besondere Aufmerksamkeit erfuhr hierbei seit der idealistischen Kunsttheorie das Verhältnis von Kunstwerk und Betrachter. Der Betrachter wurde zunehmend nicht mehr als rein passiver Rezipient, sondern als aktiver Gestalter des Kunstereignisses angesehen, der Rezeptionsvorgang selbst nicht mehr linear und statisch, sondern mehrdimensional und dynamisch; die ‚Kunstwerdung‘ ereignet sich im Moment der Rezeption. Im 20. Jahrhundert knüpfen die einflussreichsten Rezeptionstheorien der unterschiedlichen geisteswissenschaftlichen Disziplinen an dieser Grundannahme des konstruktiven Kunstrezipienten an: im Bereich der Kunstgeschichte z. B. Erwin Panofsky (2002), Wolfgang Kemp (1992) und Boris Groys (1999), unter den Soziologen vor allem Pierre Bourdieu (1991) und (1999), in der Kunstphilosophie z. B. Umberto Eco (1973).

Der Rezeptionsrahmen, d. h. die Präsentationssituation und ihre Bedeutung für das Verhältnis von Kunst und Betrachter kommt erst relativ spät ins Blickfeld der Museumsdiskussion. Erste Ansätze finden sich im Zuge der großen Museumsneugründungen am Ende des 19. Jahrhunderts bei Kuratoren wie beispielsweise Alfred Lichtwark (1902) oder John Cotton Dana, bei denen erstmals die Funktion und gesellschaftliche Aufgabe der Museumsinstitution als Ort der Kunstvermittlung kritisch hinterfragt wurde (AMERICAN ASSOCIATION OF MUSEUMS 1999). Den Mut, die theoretischen Erörterungen zu Kunst und Raum in die Praxis umzusetzen, fand schließlich der Hannoveraner Museumsdirektor Alexander Dorner, der in den 1920er Jahren erstmals in seinen revolutionären Ausstellungskonzepten die Anforderungen der neuen Kunstströmungen und die Erwartungen des Kunstbetrachters mit einbezog (CAUMAN 1960).

Mit der Erweiterung des Kunstbegriffs und der neuen Kulturpolitik wurden Stimmen laut, die einen aktiven Austausch von Kunst und Betrachter sowie gesellschaftliches Engagement der Museen forderten (BOTT 1971). Es erfolgte eine Aufwertung der Vermittlung im Museum und mit ihr – ab den ausgehenden 70er Jahren – eine Diskussion der musealen Präsentation und der Museumsarchitektur (CLADDERS 1986).



Besucherorientierung bzw. museumspädagogische und didaktische Aspekte bestimmten seit den 90er Jahren zunehmend die Museums- und Ausstellungsgestaltung (ZACHARIAS 1991; HÜNNEKENS 2002).

Die Erforschung der unmittelbaren Wirkung einer Ausstellung auf den Museumsbesucher ist spätestens seit den Studien E. S. Robinsons (1928) in den USA eine der Grundlagen der wissenschaftlichen Besucherforschung. Seit dieser Zeit wird im Rahmen der Evaluationsforschung die Wegführung von Besuchern aufgezeichnet sowie die individuelle Zeitdauer des Gesamtbesuches und die Aufenthaltsdauer vor jedem Exponat (Stoppzahlen und Verweildauer) gemessen. In der behavioristischen amerikanischen Museumsbesucherforschung, lange dominiert durch Psychologen wie Chandler Screven und Harris Shettel, wurden ab den 1960er Jahren aber nicht nur Besucherrouuten skizziert und Verweil- bzw. Rezeptionszeiten per Stoppuhr gemessen, sondern weitere Messmethoden in der formativen, remedialen und summativen Evaluation angewandt; dazu gehören ein standardisierter Fragebogen, psychologische Tests, Simulationen etc. (SCREVEN 1974; SHETTEL 1968).

Diese psychologisch dominierte Art der Besucherforschung wurde seit den 1960er Jahren auch in den deutschsprachigen Ländern eingeführt (protegiert von den neuen Museen wie dem Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in Bonn, der neu institutionalisierten Besucherforschung am Deutschen Museum oder am Jüdischen Museum in Berlin). Allerdings zeigte sich spätestens seit den 1990er Jahren zunächst in dem amerikanischen Feld der „visitor studies“, dann auch in Deutschland ein Unbehagen an der allein psychologischen Analyse des Ausstellungsbesuchs (HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND 1996). Begründet wurde dieses Unbehagen mit Zweifeln an der passiven Rolle, die dem Museumsbesucher in einer Ausstellung unterstellt würde. Grundsätzliche Bedenken gegen diese Vorannahme der Passivität im Rahmen eines Stimulus-Response-Paradigmas kamen v. a. aus soziologischen, aber auch aus lerntheoretischen Perspektiven, die eine unmittelbare und ‚saubere‘ Einweg-Kausalität zwischen Werk (Sender) und Besucher (Empfänger) anzweifeln. Vielmehr muss dem Rezipienten eine weitaus aktivere Rolle zugeschrieben werden, als dies die Besucherforscher der früheren Jahre taten (BITGOOD 1997; TREINEN 1991; KIRCHBERG 2005).

Seit den 80er Jahren etablierte sich in Deutschland in Orientierung an die USA die empirische Besucherforschung. Das Hauptaugenmerk galt lange der soziodemografischen Besucherstruktur (KLEIN 1990). Zudem werden gezielt die Erwartungshaltungen und Interessenlagen

der Museumsbesucher ermittelt und untersucht (NOSCHKA-ROOS 2003). Im angelsächsischen Raum fokussierte die Diskussion lange auf das Thema Lernen vs. Erleben im Museum, ohne jedoch die Emotionen wirklich einzubeziehen (FALK/DIERKING 1992). In den 90er Jahren halten marketingorientierte Themen sowie die Entwicklung neuer Zielgruppen bzw. der Begriff „audience development“ Einzug in die Besucherforschung. Im französischsprachigen Raum etablierte sich nebst der Ermittlung der Besucherstruktur auch die Rezeption der Ausstellungen und der Texte (EIDELMANN 2002), wobei Themen der nationalen und kulturellen Identität eine große Rolle spielen.

In Rezeptionstheorien zur Kunst wird der Besuch einer Kunstaussstellung als kognitives, emotional-affektives oder soziales Erlebnis beschrieben (AMELN-HAFFKE/SCHUSTER 2006; PANOFSKY 2002; BOURDIEU 1999; HALL 1980). Die Emotionalität des Besuches wird beeinflusst von kognitiven Elementen der individuellen Erwartungen (zum Beispiel dem antizipierten Besuchsnutzen gespeist aus Ideen und Vorwissen über Kunst) und von affektiven Elementen (zum Beispiel biographischen Assoziationen des Wahrnehmenden mit dem Wahrgenommenen). Die Zunahme der Museumsbesuche in der Bundesrepublik Deutschland in den letzten Jahren (von 99 Mio. im Jahre 2000 auf 103 Mio. im Jahre 2004 sowie 110 Mio im Jahre 2006) wird fast ausschließlich auf das „Spektakel“, auf das Erlebnis zurückgeführt (KIRCHBERG 2007). Diese emotionale Komponente des Kunstmuseumsbesuchs wird als Erfolgsfaktor im Marketing und auch in kuratorischen Zielvorstellungen provokativ-irritierender zeitgenössischer Kunst vorausgesetzt, ohne jemals überprüft worden zu sein.

Überblickend lässt sich festhalten, dass trotz der intensiven Diskussion der vergangenen Jahre und Jahrzehnte die Auseinandersetzung mit dem komplexen Verhältnis von Kunstgegenstand, Kunstbetrachter und Rezeptionskontext noch lange nicht am Ende ist (WALL 2006). Durch die neuartige methodische Herangehensweise ist das Kunstforschungsprojekt *eMotion* ein viel versprechender Weg, dieses Manko zu beheben und der Diskussion einen nachhaltigen Impuls zu verleihen.

## 4. Überlegungen zur Methodik und der Methodenintegration

### 4.1 Die Psychogeografie und das Tracking

Mit der Wirkung der Umgebung auf Individuen und Gruppen beschäftigt sich die Psychogeografie. Sie fragt danach, wie die bewusst oder unbewusst geschaffene geografische Umwelt das Empfinden beeinflusst und Bewusstseinszustände auslöst. Bei der Entwicklung des psychogeografischen Ansatzes richtet deren Begründer, Guy Debord, die Aufmerksamkeit weniger auf ein Interpretieren des Raumes – wie dies noch bei der Idee des Flaneurs gemäß Walter Benjamin der Fall ist – als vielmehr auf die (Selbst-)Erfahrung während des Beobachtens. Debord geht es um die exakte Untersuchung der Wirkung des geografischen, architektonischen Raums auf das Gefühlsleben und das Bewusstsein des Individuums (DEBORD 1955, 1957). Die Psychogeografie hat insbesondere in der Architekturtheorie, der Architekturpsychologie, der Urbanistik, der Soziologie und in den Kulturwissenschaften Resonanz gefunden (CERTÉAU 1984; SENNETT 1994; LEFÉBVRE 1976). Strategien wie das „dérive“, eine Form von räumlicher und abstrakter Untersuchung der Stadt durch Umherschweifen, erfreuen sich in der Architekturtheorie weiterhin großer Aktualität.

Das Kunstforschungsprojekt *eMotion* knüpft methodisch an psychogeografische Überlegungen an, verlegt jedoch den Fokus vom öffentlichen Außen- auf den musealen Innenraum, um das Museum und seine Exponate in ihrer Wirkung zu untersuchen. Das Museum als inszenierter Ort ist per se durch seine Architektur, die Raumgestaltung, die Werke und ihre Hängung/Anordnung etc. psychogeografisch aufgeladen. Die Besucher setzen sich diesen Räumen und ihren Objekten, dem ‚musealen Kraftfeld‘, aus, um deren Wirkung zu erleben.

Die psychogeografische Untersuchungspraxis „dérive“, als performativer Moment der Rezeption, kann als eine typische Verhaltensweise der Museumsbesucher beschrieben werden, bei der sich der „individuelle Prozess der Kunstwerdung“ ereignet (GROYS 1999). Dabei wirken auf den Besucher beim Rundgang nicht nur die einzelnen Werke, sondern auch die Art und Weise ihrer Präsentation und die Wahl des Kontextes.

Mit den neuen technischen Möglichkeiten des Tracking (dt. verfolgen, nachführen), wie sie bspw. auch in der Konsumentenforschung eingesetzt werden, eröffnen sich für die Museumsforschung weitere Möglichkeiten zum Verständnis des psychogeografischen Terrains Museum.

Tracking dient der Verfolgung von (bewegten) Objekten, um Informationen über den Verlauf der Bewegung und die Position des Objektes zu erhalten. Durch die erweiterten Möglichkeiten neuer Techniken wie tracking, tracing, mapping, network analysis etc. erfährt der psychogeografische Ansatz seit Mitte der 1990er Jahre in der Medienkunst vermehrt Anwendung.<sup>8</sup>

Die Installation in *eMotion* stellt nicht nur die Kunstreflexion des Museumsbesuchers kritisch dar, sondern als Beobachtung der Beobachter soll auch die Problematik der Fremdbeobachtung thematisiert werden. Das Projekt schliesst damit an eine Reihe Multimedia-Arbeiten an, die die panoptischen Strukturen und deren zunehmenden Einfluss auf die Gestaltung unserer Umwelt thematisieren und für die Museumsbesucher erfahrbar machen.<sup>9</sup>

#### 4.2 Design- und Kunstforschung

Der künstlerische Forschungsanteil von *eMotion* ist von der interaktiven Kunst, der Performance, der Medienkunst und der Sound Art geprägt. Aus der Perspektive der Design- und Kunstforschung interessieren bei *eMotion* vor allem die Prozesse der bild- und tongebenden Verfahren und deren Nachvollziehbarkeit (s. u.). Bei dem verfolgten transdisziplinären Forschungsansatz geht es nicht primär darum, ein Kunstwerk zu schaffen, sondern die künstlerischen Methoden zur Erforschung und Repräsentation im Bereich der Museumsforschung und den Methoden und Bedingungen des Ausstellens und Zeigens zur Anwendung zu bringen. Kunstforschung führt Entwurfskompetenzen und wissenschaftlichen Diskurs in einem forschenden Prozess zusammen. Durch die Methoden der Kunstforschung soll das sozialwissenschaftlich-empirische Methodenrepertoire erweitert und ergänzt werden. Mit dem innovati-

8 Arbeiten im öffentlichen Raum hierzu sind bspw. *Real Time Rome* von MIT SENSEable City Lab, siehe <http://senseable.mit.edu/realtimerome/in/>; *Pedestrian* von Paul Kaiser und Shelly Eshkar, 2001 (TRIBE /REENA 2006); *Demonstrate* von Ken Goldberg 2004 (TRIBE /REENA 2006); *The Region of the transborder trousers* von TOROLAB, 2004-2005 (TRIBE /REENA 2006).

9 Überwachungstechnologien werden seit den 1970er Jahren in künstlerischen Arbeiten eingesetzt. Im Jahr 2001 zeigte das ZKM in Karlsruhe unter dem Title *CTRL [Space]: Rhetorik der Überwachung von Bentham bis Big Brother* knapp 60 Arbeiten, die sich mit dem Thema und den Technologien beschäftigen, darunter sind Arbeiten von bspw. Dan Graham, Bruce Nauman, Rem Koolhaas, Harun Farocki. (<http://ctrlspace.zkm.de/d/>).

ven Setting von *eMotion* wird das Ziel angestrebt, Perspektiven zu eröffnen, die dem empirisch sozialwissenschaftlichen Instrumentarium verschlossen bleiben. Durch das zu entwickelnde bild- und tongebende Verfahren entstehen zum einen neue Möglichkeiten zur Repräsentation wissenschaftlicher Ergebnisse zum anderen können durch die künstlerisch-wissenschaftlichen Darstellungsformen bisher ‚unsichtbare‘ Phänomene beobachtet und untersucht werden.

Diese Interpretation der Daten durch die bild- und tongebenden Verfahren muss bei der Entwicklung der Verfahren kritisch begleitet werden. Die Frage ist dabei, wie ein bildgebendes Verfahren gefunden werden kann, dass das Datenmaterial nicht ‚manipuliert‘, also zu einer einseitigen Interpretation führt. Ein Bild kann einen Verständnisprozess nicht nur beschleunigen oder ihn gar durch Sprache ersetzen, sondern es erzeugt auf ganz eigene Weise Sinn und Beweiskraft. John Dewey hat mit seinem 1934 erschienenen Werk *Art as Experience* einige Grundlagen für eine Bildforschung geschaffen. Deweys Kontextualisierung des Produktes in den Hervorbringungsprozess erlaubt uns, einige gestaltungsspezifische Fragen zu formulieren, die sich durch bildgestützte Recherchen untersuchen lassen, etwa: Wie entstehen neue Bilder? Wie lassen sich Bilder als Erkenntnisinstrumente für die Wissenschaft einsetzen? Welche Reduktionen werden dabei vorgenommen? Das bildgebende Verfahren präsentiert nicht nur die Forschungsergebnisse, sondern wir verstehen die methodisch-ästhetische Darstellung als integralen Bestandteil der Forschungsarbeit, denn die Darstellung der Forschungsergebnisse verändert den (wissenschaftlichen) Erkenntnisprozess (BURDA/MAAR 2004). Aus diesem Grund sehen wir das hier verwendete Bildmaterial als erstes Beispiel, wie die Daten dargestellt werden könnten, jedoch entsprechen sie noch nicht der endgültigen Darstellung, die noch entwickelt werden muss.

#### 4.3 Ergänzende sozialwissenschaftliche Erhebungen

Die zentrale Messweise des Projektes *eMotion* ist durch die psychogeografische Methodik gekennzeichnet. Ausstellungsinterne Gestaltungen werden hierbei als wichtig für die Formung des emotionalen, affektiven und kognitiven Erlebnisses der Ausstellungsrezeption erachtet.

Es gibt zum einen die Ebene des behavioristischen Wahrnehmens des Kunstwerkes, darüber hinaus den konstruktivistischen Rahmen in der soziologisch erfassbaren Biografie des Besuchers, die diese Rezepti-

on prägt, sowie die aktiven Musterbildungsprozesse, die im Moment der Kunstwahrnehmung im Beobachter selbstorganisatorisch ablaufen. Die psychologisch-kognitiven Musterbildungsprozesse werden dabei durch den individuellen Erfahrungshintergrund des Beobachters in bestimmte Bahnen gelenkt (TSCHACHER/SCHIEIER 2003).

Die Komplementierung des psychogeografischen Ansatzes durch die sozialwissenschaftlich-konstruktivistischen und die psychologisch-kognitiven Ansätze ist sinnvoll, um multidimensional Relationen zwischen Exponat, Rezipient und Ausstellungskontext durch wichtige weitere Faktoren (Erfahrungen, Erwartungen und andere Lebensstil- und Wert-Kontexte) in der Analyse der individuellen Ausstellungserfahrung berücksichtigen zu können. Die Bedeutung dieser sozialen Faktoren der Ausstellungsrezeption, in der amerikanischen Diskussion zu Kulturrezeption und Museumserlebnis als „biographical baggage“ (GRISWOLD 2004) oder als „entrance narrative“ (DOERING 1999) bezeichnet, darf für die Rezeptionsanalyse des Museumsbesuches nicht unterschätzt werden. Voreingenommenheiten, Antizipationen und soziale Beeinflussungen können Ausstellungsreize soweit filtern, dass es nicht zu einem ungestörten Reiz-Reaktionsschema zwischen Exponat und Rezipienten kommen kann. Der subjektive Wert eines Werkes kann so weit prädestiniert sein, dass Reizänderungen in der Ausstellung (z. B. Positionierungen und Umhängungen, Textänderungen, Anzahl der Kunstwerke) angesichts vorangegangener Erfahrungen und festgelegter Erwartungen nicht alleine die Emotionalität des Besuches bestimmen.<sup>10</sup>

Die Bedeutung der Erfahrungen und Erwartungen an Ausstellungsbesuche muss als ‚intervenierende Variable‘ auf das Stimulus-Response-Schema zwischen Ausstellungsstück und Betrachter verstanden werden und durch eine Vorab-(Eingangs-)Befragung erfasst werden, um entsprechende Beeinflussungen der zeitunmittelbaren kognitiven und affektiven Bewertung der Exponate kontrollieren zu können.<sup>11</sup>

Die Eingangs-evaluation bildet den notwendigen konstruktivistischen Methodenrahmen der im Mittelpunkt dieser Studie stehenden psycho-

10 Treinen meint sogar, dass Besucher nur dann freiwillig auf die Kommunikationsangebote von Ausstellungsangeboten eingehen, wenn es auf der Besucherseite vorher Vorerfahrungen und Objekterwartungen gibt. Das Eingehen auf Objekte ist nichts anderes als die Vergewisserung darüber, was man schon weiß. Bei den Besuchern sind „Entschlüsselungsakte eher auf assoziative Verarbeitungsvorgänge rückführbar [...], [auf] subjektive und private kommunikative Vorerfahrungen.“ (TREINEN 1996).

11 Zu diesem Satz an intervenierenden Variablen zählen auch die Menge der Mitbesucher sowie der Einfluss von Peripherieangeboten wie Museumsshop und Museumscafé. Ihr Einfluss muss durch die Ausgangsbefragung erhoben und somit kontrolliert werden.

geografischen Methode. Für eine Eingangsevaluation bedarf es einer zweistufigen Erfassung der Erwartungen und vorangehenden Erfahrungen in der ersten Stufe (Eingangsbefragung) und der individuell erfassten, kognitiven, sozialen und emotionalen Ausstellungserfahrungen nach dem Besuch (Ausgangsbefragung). Die Eingangsevaluation bezieht ihre Legitimation aus der Hypothese, dass Erwartungen bzw. vergangene Ausstellungserfahrungen (Vorwissen) sowie sozio-ökonomische und demografische Merkmale des Besuchers das kommende Ausstellungserlebnis beeinflussen.

Die Ausgangsevaluation erfasst wiederum die gleichen Personen der Eingangsbefragung und der psychografischen Erhebung. Sie wird unmittelbar nach dem Ausstellungsbesuch stattfinden. Dieser Fragebogen wird ebenfalls nur standardisierte Fragen mit geschlossenen Antwortmöglichkeiten enthalten und quantitativ-standardisiert auch die (ankreuzbaren) kognitiven und emotionalen Erlebnisse erfassen; somit ergänzt dieser Teil der Befragung triangulierend-parallel auch die Erhebungen der psychogeografischen Methode.

## **5. Die Durchführung im Museum**

Die Besucher des Museums werden beim Kauf der Eintrittskarte gefragt, ob sie an dem Kunstforschungsprojekt teilnehmen wollen. Der Prozentsatz der Teilnehmenden wird dabei festgehalten, Verweigerungen ggf. analysiert, so dass die Repräsentativität der Stichprobe überprüft werden kann.

Die Teilnehmenden erhalten einen standardisierten Fragebogen zur Vorab-Untersuchung. Dieser beinhaltet kurze Fragen zu den Erwartungen an die kommende Ausstellung und das Museum sowie zu den Erfahrungen mit diesem Museum bzw. mit diesem Museumstyp. Befragt wird eine Zufallsauswahl der Besucher, die dann allerdings auch Grundlage der psychogeografischen und der Nachher-Untersuchung ist.

### **5.1 Der Rundgang**

Diejenigen die der Teilnahme am Projekt zustimmen, die aktiven Besucher, bekommen mit ihrer Eintrittskarte Sensoren, die sie während des Rundganges bei sich tragen. Die Sensoren werden, ähnlich wie eine Armbanduhr, mit einem Klettverschluss am Handgelenk befestigt. Beim

Anlegen der Geräte erklärt ein Projektmitarbeiter dem aktiven Teilnehmer, wie sie funktionieren. Mit den Geräten ausgerüstet gehen die Probanden in die Ausstellung. In diesen Räumen bewegen sie sich frei von weiteren Einflüssen bzw. sind den Testsituationen ausgesetzt.

Mithilfe der Sensoren wird das Raumverhalten (Wegenetz, Verweildauer, Gehgeschwindigkeit) der aktiven Besucher exakt aufgezeichnet. Um das „Gefühlsverhalten“ (Guy Debord) zu erfassen, messen die Sensoren zudem die Herzrate (sowie die Herzschlagvariabilität) und den Hautleitwert. Empfangen werden die Daten von den dafür in den Museumsräumen installierten Geräten.

## 5.2 Methoden der Repräsentation

Am Ende ihres Rundganges können alle Museumsbesucher die Installation *eMotion* betreten. In dem 3D-Modell (siehe Abb. 2) eines ersten Entwurfes der Installation befindet sich auf drei Leuchttischen der Grundriss des Museums, in dem das Projekt durchgeführt wird. Angedeutet sind drei Ebenen oder Bereiche des Museums. Der Grundriss steht auf mehreren TFT-Screens, so dass die Modelle von innen leuchten. Der Raum selbst ist abgedunkelt. Die Szenografie der Installation wird während des Projekts weiter ausgearbeitet, zu sehen sind hier die Leuchttische und der runde Stehtisch mit den Terminals zur Besucherbefragung:

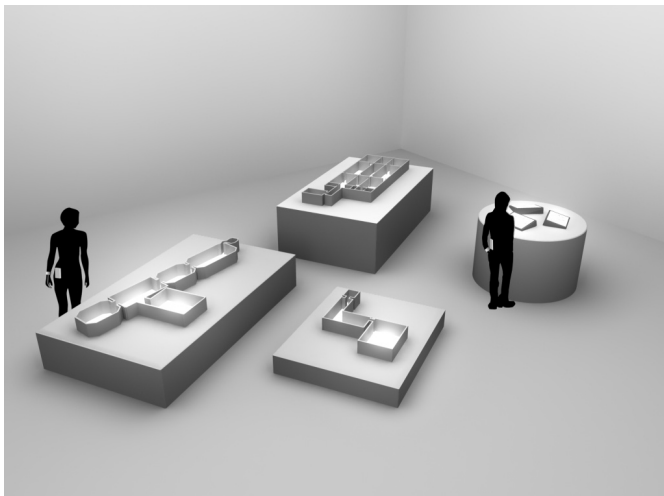


Abb. 2: Mögliches 3D-Modell der Installation (Entwurf)



Mit der Aufzeichnung des Raumverhaltens des Besuchers wird der individuelle Weg durch die Ausstellungsräume, die jeweilige Gehgeschwindigkeit, die einzelnen Verweildauern vor den Kunstwerken etc. festgehalten. Dieser Weg wird im Modell auf den TFT-Screens nachgezeichnet, die emotionale und kognitive Erregtheit werden visuell und akustisch dargestellt. Auf den TFT-Screens im Architekturmodell der Installation ist das Wegenetz aller bisherigen Besucher zu sehen. Zudem sieht man in Echtzeit die aktiven Besucher, die sich momentan im Museum aufhalten und ihre sich fortentwickelnden Bewegungen.

Die folgende Abbildung (Abb. 3) zeigt eine mögliche Darstellung des Rundganges eines Besuchers in einem Raum. Visualisiert sind die gegangene Wegstrecke und die jeweilige Gehgeschwindigkeit. Die Darstellungen werden während der Forschungsphase weiter ausgearbeitet.



Abb. 3: Mögliche Detailansicht der Installation: Dargestellt sind die Wegstrecke und die Gehgeschwindigkeit eines Besuchers in einem Raum.

Über die beiden Sensoren werden während des Rundganges die Herzrate und der Hautleitwert des Besuchers gemessen. Beide Werte sind Marker für die Aktivität des sympathischen Nervensystems, das bei der allgemeinen physiologischen Aktivierung, bei Aufmerksamkeitsprozessen und emotionalen Reaktionen beteiligt ist. Diese Marker kennzeichnen emotionale und kognitive Involviertheit. So wird bspw. eine steigende Herzrate mit emotionaler Erregung in Verbindung gebracht. Der Hautleitwert beruht auf der sympathischen Aktivierung der Schweißdrüsen. Erhöhte Hautleitfähigkeit deutet daher, wie auch die Herzraten-

beschleunigung, auf autonome, oft unbewusste Prozesse, die als äußeres Zeichen von emotionalen Reaktionen dienen können. Allgemein wird der Organismus darauf vorbereitet, gesteigerte Leistung zu erbringen, sei es nun eine kognitive Leistung (wie genaues Wahrnehmen, Explorieren und Aufmerksamkeitszuwendung) oder eine emotionale Leistung (wie Ärger oder Furcht, aber auch Überraschung und Neugier). Die qualitative Bedeutung (also ob es eine positive oder negative Emotion ist) der sympathischen Aktivierung geht aus der physiologischen Messung nicht direkt hervor; sie muss erfragt oder aus dem Verhalten erschlossen werden. Dazu dient die Nachher-Befragung. Die gemessene emotionale und kognitive Involviertheit wird in der Installation visuell und akustisch repräsentiert.

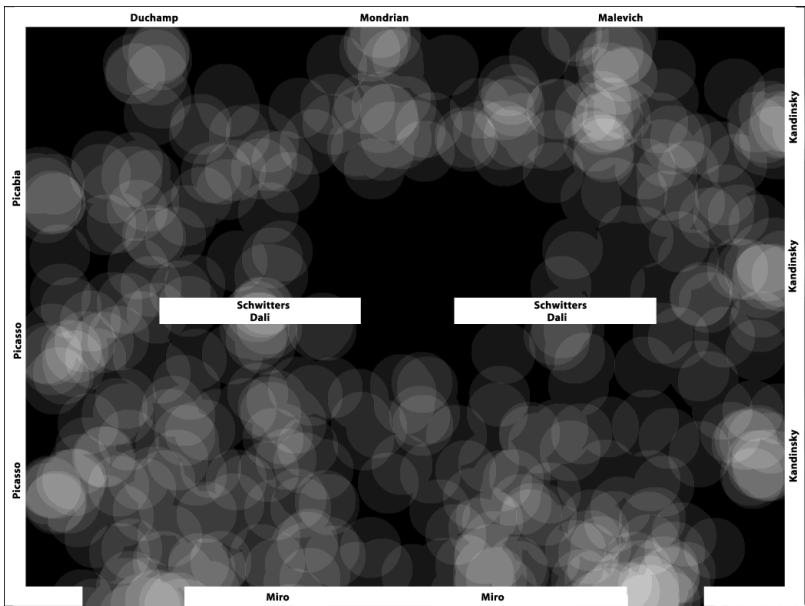


Abb. 4: Mögliche Detailansicht der Installation: Emotionale Involviertheit aller Besucher eines Raumes.

### 5.3 Audio-Repräsentation der psychogeografischen Daten

Zusätzlich zu der visuellen Darstellung des Datenmaterials der Museumsbesucher soll eine Präsentation auf der akustischen Ebene erarbeitet werden, mit der Informationen weitergeben werden, die sich durch

die rein visuelle Darstellung nicht transportieren lassen. Die Aufgabe des tongebenden Verfahrens ist es somit, die gesammelten Daten auf einer weiteren Ebene erfahrbar zu machen. Hierbei erhoffen wir uns vor allem, die emotionale Stimmung der Museumsbesucher bzw. deren unterschiedliche Phasen und Veränderungen während des Ausstellungsbesuchs abbilden zu können. Es handelt sich also keineswegs um ein redundantes Verfahren, indem Daten einfach doppelt gesendet werden (visuell und akustisch), sondern um eines, das auf den *valeur ajoutée* (Mehrwert) (CHION 1990) abzielt, der dadurch entstehen kann, dass Informationen durch verschiedene Sinnes- oder Wahrnehmungskanäle unterschiedlich codiert transportiert werden.

Die Messdaten werden hier weniger auf rhythmische oder gestische Parameter einwirken, sondern in erster Linie Klangfarbe und Textur der Klangerzeugung modulieren; es geht hier also darum, die psychogeografische Atmosphäre des Museums in einem emotionalen Medium widerzuspiegeln.

Es werden keine Samples oder sonstige aufgenommene Klänge benutzt, sondern rein synthetisches Klangmaterial, also Klänge, die den Besuchern möglichst unbekannt sind. Die Klänge sollen nicht mit alltäglichen Assoziationen belegt sein, sondern sozusagen weitgehend ‚wertfreie‘ Klänge sein. Dieses Ausgangsmaterial dient als Transportmittel für die während des Rundganges erhobenen Daten, die nun durch Schichtungen, Zergliederungen und in Modulationen im Kunstforschungsprozess transformierend verarbeitet werden.

#### 5.4 Die Nachbefragung (Ausgangsbefragung)

Aktive Besucher – also die Teilnehmer des Medienkunstprojektes – werden in der Installation (Abb. 2) von einem Projektmitarbeiter empfangen. Die aktiven Besucher (Probanden) werden nun gebeten, einen Fragebogen auszufüllen. Der Fragebogen ist an einem Touchscreen vom Besucher selber zu beantworten. Projektmitarbeiter stehen zur Verfügung, um eventuelle Fragen zur Nutzung zu beantworten und die Probanden um die Beantwortung der Fragebögen zu bitten. Zweck des Fragebogens ist, das quantitativ erhobene Datenmaterial zu validieren.

Der Fragebogen einer standardisierten Nach-Befragung beinhaltet Fragen, die auf den individuellen psychogeografischen Karten beruhen, die dem Probanden nach dem Besuch direkt auf dem Bildschirm des Terminals sichtbar gemacht werden. Eine Bewertung dieser Karten wird dann

durch den Probanden/die Probandin verlangt. Beim Interviewten wird nachgefragt, welche Ursache(n) emotionale Ausschläge (abweichend vom individuellen Durchschnittswert) nach oben oder unten haben. Mögliche Messfehler (Stolpern, an anderes denken, Gespräche mit Mitbesuchern, Krankheit etc.) werden durch die Erfassung dieser momentanen Ereignisse in der Nach-Befragung erfasst und damit kontrolliert. Ebenso soll der Einfluss des Vorwissens/der Erwartungen (d. h. Stärke des Vorwissens/Stärke der Antizipation, Erfüllung/Nicht-Erfüllung der Erwartungen) auf die emotionalen Schwankungen während des Besuchs durch diese Nachbefragung erfasst und kontrolliert werden. Da die Vorab-Befragung schon die Statistik der Befragten erhoben hat, kann hier darauf verzichtet werden.

### 5.5 Reflexion des eigenen Rundganges

Am Computer-Terminal (runder Stehtisch, siehe Abb. 1) können die Besucher zudem ihren Museumsbesuch auf dem Bildschirm Revue passieren lassen und sich in die einzelnen Momente, bspw. in die mit einer hohen Gefühlsdichte, optisch als auch akustisch ‚hineinzoomen‘: Durch die verschiedenen Räume des Museums entwickelt sich aus der Vogelperspektive eine Linie, die den gegangenen Weg, die jeweilige Verweildauer des Besuchers vor Objekten, die Zeitpunkte, wann er emotional und/oder kognitiv angesprochen war, zeigt. Die durch das ‚dérivé‘ des Besuchers entstandene Karte, die das individuelle Wegenetz, das Gefühlsverhalten und die Momente der Kunstwerdung zeigt, wird ausgedruckt; jeder aktive Besucher kann seine ‚Erlebniskarte‘, die grafische Repräsentation seiner Kunstrezeption, erhalten und mitnehmen.

## 6. Experimentreihe und künstlerische Interventionen

Um das Kraftfeld Museum zu untersuchen, werden die Auswirkungen verschiedener Zustände innerhalb der knapp sechswöchigen Untersuchungszeit miteinander verglichen. Dazu sind mehrere Experimente und Interventionen in Form von Umstellungen, Verschließungen, Aufladungen etc. geplant, um Effekte beim Rundgang des aktiven Museumsbesuchers nachzuweisen.

In dem Museum soll jeweils eine Woche lang eine Testreihe durchgeführt werden. Der Schließtag wird jeweils für das Arrangieren der nächs-

ten Testreihe verwendet. Insgesamt werden mehrere Testsituationen miteinander verglichen und so unsere Hypothesen zur Kunstrezeption geprüft. Fragen, die die Hypothesenbildung und die Versuchsanordnungen bestimmen, sind:

- Inwiefern verändert der Ort der Platzierung die Attraktivität des Objektes in Bezug auf den Raum?
- Inwiefern verändert die Wegegestaltung die Bildbetrachtung und die Momente der Kunstwerdung?
- Inwiefern beeinflusst das Wissen über die Werke deren Wirkung?
- Welche Rolle hat die Hängung als Bedeutungsgenerator?
- Welche Wirkung haben kuratorische Konzepte?
- Welche Wirkung hat die Inszenierung einer semiologischen Interaktion zwischen dem Ausgestellten und der Aufgeladenheit des Ortes?

Durch statistische Verfahren sollen gerichtete und ungerichtete Hypothesen getestet werden. Es geht bei diesen Hypothesen insbesondere darum herauszufinden, welche Variablen für die Präferenzen beim Museumsrundgang verantwortlich sind. Durch Verfahren der multiplen Regressionsrechnung und der multivarianten Varianzanalyse wird untersucht, welche Prädiktoren in welchem Ausmass die Kriterien (Umfrage, Raumverhalten und emotionale Involviertheit vor den Werken) vorhersagen können. Wir erhoffen, dass zusätzlich zu den verschiedenen rezeptionspsychologischen statistischen Prüfverfahren die visuellen und akustischen künstlerischen Entwürfe des psychogeografischen Terrains Museum neue Interpretationsweisen erlauben. Insbesondere die ‚Musterverschiebung‘ während der einzelnen Testphasen könnten Einflussfaktoren als visuelle und akustische Trajektorien sichtbar machen.

## **7. Bedeutung des Forschungsprojektes für die Praxis und die Fachwelt**

### **7.1 Bedeutung für die Museumsbesucher**

Im Augenblick des Schauens im Museum erfährt sich der Besucher als Subjekt, er wird vom einzelnen Werk überrascht, angezogen und wieder frei gelassen oder gegebenenfalls gelangweilt. Boris Groys beschreibt den dabei eröffneten Zugang zur eigenen Subjektivität als „das eigentliche Kunstprodukt“, das sich im „Akt des reinen Schauens – nicht in der Zeit, sondern im Augenblick“ im musealen Raum ereignet (GROYS

1999). *eMotion* macht diese performativen Augenblicke der ‚Kunstwerdung‘ sichtbar: Visualisiert werden die Anziehungs- und Abstoßungsmomente, also das Erleben im Kraftfeld Museum selbst.

Aspekte des Unbewussten während der Kunstbetrachtung werden in der Installation in einer virtuellen Welt sichtbar gemacht und dadurch das Bewusstsein des Beobachters verändert. Die motorischen, mentalen und emotionalen Aktivitäten beeinflussen dabei die Gestalt der künstlerischen visuellen und akustischen Forschungsarbeit.<sup>12</sup>

Wenn man Kunstrezeption als einen Prozess versteht, bei dem die Möglichkeit von Selbsterkenntnis erwächst, entsteht durch das Feedback für aktive Besuchende ein konkreter Mehrwert. Durch die Rückmeldung wird die Reflexion unterstützt und die Besucher erhalten die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit gegenüber ihrem eigenen Erleben und der Wirkung von Kunst zu schärfen.

## 7.2 Bedeutung für die Wissenschaft

Zusätzlich zu den Ergebnissen der künstlerischen Forschung, die in der Installation sicht- und hörbar gemacht werden, werden die Daten wissenschaftlich ausgewertet. Auf dieser wissenschaftlichen Ebene geht es um kunsttheoretische Erkenntnisse zur Kunstrezeption und der Wirkung des Museums.

Das in der Datenbank während des Projektes gesammelte Datenmaterial (der gegangene Weg, die Verweildauern, das Gefühlsverhalten und die Daten der Umfrage) wird dazu ausgewertet. Diese Untersuchung gibt der empirisch-sozialwissenschaftlichen Besucherforschung die Chance, mehrere Fragen bzw. Hypothesen, insbesondere der letzten zwanzig Jahre, zu überprüfen. Insbesondere bietet der interdisziplinäre Ansatz die Möglichkeit, eher behavioristische und eher konstruktivistische Modelle der Besucherforschung miteinander zu vergleichen und zu verbinden (vgl. die Hein/Miles-Debatte). Hier ermöglicht diese umfangreiche Experimental- und Feldanordnung des Projektes *eMotion*, die eher psychologisch-experimentalen mit den eher soziologisch-strukturellen Vorstellungen zu versöhnen. Die Resultate dieser multidisziplinären und multimethodischen Studie können zu einer ganzheitlichen Darstellung der Wechselwirkungen von Kunst und Rezipienten führen, die

12 *eMotion* knüpft hier an interaktive Medienkunstarbeiten wie bspw. Ulrike Gabriel, *Terrain 01*, 1993 (siehe [www.medienkunstnetz.de/werke/terrain](http://www.medienkunstnetz.de/werke/terrain)), oder Agnes Hegedüs, *Handsight*, 1991-1993 (siehe <http://on1.zkm.de/zkm/werke/Handsight>) an.

sowohl Relationen zwischen Exponat und Rezipient wie auch zwischen Rezipient und sozialen Kontexten (Erfahrungen, Erwartungen und andere Kontextvariablen) umfassen. Damit würde die Rezeptions- und die Besucherforschung ihre disziplinären Ghettos verlassen und artifizielle disziplinäre (psychologische vs. soziologische) Grenzen der Betrachtung dieses Forschungsthemas verlassen.

### 7.3 Bedeutung für die Praxis

Die Erkenntnisse, die durch das Medienkunstprojekt generiert werden, sind auf der museumspraktischen Ebene für Kuratoren und Museumspädagogen, Kunstwissenschaftler und Kulturmanager gleichermaßen von hoher Relevanz. Wir erwarten aus der Testreihe im Museum, den verschiedenen Messanordnungen und den empirischen Erhebungen ein umfangreiches Datenmaterial, das von den Beteiligten ausgewertet wird. Fragen, die aus dessen Auswertung beantwortet werden können, sind bspw.:

- Wie korreliert der Erfahrungshintergrund (Häufigkeit der Museumsbesuche) der Museumsbesucher mit ihrem Rezeptions- und ihrem Entscheidungsverhalten?
- Wie korrelieren die Antworten der Umfrage am Terminal mit den Daten des Rundgangs?
- Gibt es eine altersspezifische Kunstrezeption? / Gibt es eine geschlechtsspezifische Kunstrezeption?
- Welchen Einfluss haben kuratorische Konzepte auf den Rezeptionsprozess?
- Welchen Einfluss hat die Informationsvermittlung auf den Rezeptionsprozess?
- Wie korreliert der Erfahrungshintergrund mit dem Rezeptionsprozess?
- Wie korreliert die Erwartungshaltung mit dem Rezeptionsprozess?
- Gibt es einen „idealen“ Weg durch die Räume, unabhängig von der konzeptionellen Hängung der Werke?
- Welche Muster bezüglich Verweildauer, Gehgeschwindigkeit, Raumverhalten lassen sich bei den Bewegungs-/Rezeptionsprofilen erkennen?
- Wie korrelieren Emotion und Kognition bei der Kunstrezeption?

## 7.4 Fazit

Was bedeutet das für zukünftige Ausrichtungen von Museen und ihrem Kommunikationsverhalten, was für die Museumspädagogik und die Kulturvermittlung, was für Ausstellungsgestaltungen? Gemäß unserem transdisziplinären Setting erwarten wir auch mehrschichtige Ergebnisse auf die Frage, wie das Museum als Kraftfeld funktioniert. Sie werden, so hoffen wir, in allen beteiligten Disziplinen, dem Kulturmanagement, der Medienkunst, der Kunstsoziologie sowie der Kunstvermittlung Relevanz haben, aber auch für die Besucher von Interesse sein.

Transdisziplinarität erlaubt, den im Kunst- und Kulturmanagement notwendigen methodischen Pluralismus zu integrieren sowie künstlerische und wissenschaftliche Erkenntnis- und Darstellungsweisen zu verbinden. Nicht zuletzt könnte das Nationalforschungsprojekt dadurch eine neue Forschungskultur im Kunst- und Kulturmanagement initiieren. Denn Transdisziplinarität, wie sie hier praktiziert wird, eröffnet dem Fach die Möglichkeit, die für eine Forschungsfrage jeweils relevanten Bezugsdisziplinen zu integrieren und damit auch im Fachdiskurs dieser Disziplinen (den wissenschaftlichen als auch den künstlerischen!) anschlussfähig zu sein, d. h. langfristig selbst in Wissenschaft und Praxis anerkannt zu werden – das macht Transdisziplinarität als Forschungsprinzip für das Kulturmanagement aussichtsreich.

### Literatur

- AMELN-HAFFKE, Hildegard/SCHUSTER, Martin (2006): Der Museumsbesuch als emotionales Erlebnis. – In: Schuster, Martin/Ameln-Haffke, Hildegard (Hgg.), *Museumspsychologie. Erleben im Kunstmuseum*. Göttingen, Bern, Wien: Hogrefe, 228-256.
- AMERICAN ASSOCIATION OF MUSEUMS (Hg.) (1999): *The New Museum*. Selected Writings by John Cotton Dana. Newark: Newark Museum Ass.
- BENDIXEN, Peter (2001): *Einführung in das Kultur- und Kunstmanagement*. Wiesbaden: Westdt. Verl.
- BERG, Karen van den (2008): Vom „kunstbezogenen Handeln“ zum „Management of Meaning“. Drei Vorschläge zur Theoriebildung im Kunst- und Kulturmanagement. – In: *spiel plan: Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement 2007/2008*. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 75-88.
- BITGOOD, Stephen (1997): *The Heins-Miles Debate: An Introduction, Explanation, and Commentary. Visitor Behavior – A Publication for Exhibition-Type Facilities*, 12/3, 3-7.
- BOTT, Gerhard (1971): *Das Museum der Zukunft – 43 Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums*. Köln: DuMont.



- BOURDIEU, Pierre (1991): *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- BOURDIEU, Pierre (1999): *Die Regeln der Kunst*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- BURDA, Hubert/MAAR, Christa (Hgg.) (2004): *Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder*. Köln: DuMont.
- CAUMAN, Samuel (1960): *Das lebende Museum – Erfahrungen eines Kunsthistorikers und Museumsdirektors Alexander Dorner*. Hannover: Fackelträger.
- CERTEAU, Michel de (1984): *The practice of everyday life*. Berkeley/CA: University of California.
- CHION, Michel (1994): *L'audio-Vision. Son et image au cinéma*. Paris: Nathan.
- CLADDERS, Johannes (1986): *Museum und Architektur - Positionen zwischen den Stühlen*. Wallraf-Richartz-Jahrbuch 1986. Köln: DuMont.
- DEBORD, Guy-Ernest (1955): Introduction to a Critique of Urban Geography. – In: *Les Lèvres Nues* 6.
- DEBORD, Guy-Ernest (1957): Rapport sur la construction des situations et sur les conditions de l'organisation et de l'action de la tendance situationniste international. – In: *Lettrist International*.
- DOERING, Zahava D. (1999): Strangers, Guests or Clients? Visitor Experiences in Museums. – In: *Curator* 42, 74-87.
- ECO, Umberto (1973): *Das offene Kunstwerk*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- EIDELMANN Jacqueline (2002): L'exposition La Différence et sa réception en Suisse, en France et au Québec – le visiteur comme expert, médiateur et ethnologue. – In: *Ethnologie Française* 23/2, 357-366.
- FALK, John H./DIERKING, Lynn (1992): *The museum experience*. Washington: Whalesback Books.
- GRAY, Carole/MALINS, Julian (1957): *Visualizing Research: A Guide To The Research Process In Art And Design*. Burlington: Ashgate.
- GRISWOLD, Wendy (2004): *Cultures and societies in a changing world*. Thousand Oaks et al.: Pine Forge Press.
- GROYS, Boris (1999): *Logik der Sammlung*. München: Hanser.
- HALL, Stuart (1980): *Culture, Media, Languages*. Hutchinson: Harper Collins Publishers.
- HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hg.) (1996): *Museen und ihre Besucher: Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin: Argon.
- HEINRICHS, Werner (1997): *Kulturpolitik und Kulturfinanzierung. Strategien und Modelle für eine politische Neuorientierung der Kulturfinanzierung*. München: Beck.
- HEINRICHS, Werner/KLEIN, Armin (2001): *Kulturmanagement von A – Z. 600 Begriffe für Studium und Beruf*. München: Beck.
- HEINZE, Thomas (1994): Kulturmanagement – Versuch einer Annäherung. – In: Ders., *Essays zu einer Theorie des Kulturmanagements*. Hagen: FernUniversität, 7-10.
- HÜNNEKENS, Annette (2002): *Expanded Museum Kulturelle Erinnerung und virtuelle Realitäten*. Bielefeld: transcript.
- HUTTER, Michael (1992): *Kulturökonomik*. Hagen: FernUniversität.
- KELLER, Rolf (2008): Verhinderte Künstler, Künstlerbehinderer und andere (Schweizer) Kulturmanager. – In: *spiel plan: Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement 2007/2008*. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 41-50.

- KEMP, Wolfgang (1992): *Der Betrachter ist im Bild: Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik*. Berlin: Reimer.
- KIRCHBERG, Volker (2005): Besucherforschung in Museen: Evaluation von Ausstellungen. – In: Michelsen, Gerhard/Godemann, Jasmin (Hgg.), *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation*. München: Oekom 361-372.
- KIRCHBERG, Volker (2009): Gesellschaftliche Bedingungen eines veränderten Museumsinteresses – Geht „der Mensch“ nun in Erlebnismuseen und nicht mehr in Museen traditionellen Typs? – In: Wolfgang Mey et al. (Hgg.), *X-Over – Museumspädagogischer Kongress*. Hamburg (im Druck).
- KLEIN, Hans Joachim (1990): *Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin: Mann.
- LAMPUGNANI, Vittorio Magnago (1999): *Museen für ein neues Jahrtausend*. München: Prestel.
- LEFÈBVRE, Henri (1976): *Die Revolution der Städte*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- LEWINSKI, Verena/LÜDDEMANN, Stefan (Hg.) (2008): *Kulturmanagement der Zukunft: Perspektiven aus Theorie und Praxis*. Wiesbaden: VS.
- LICHTWARK, Alfred (1902): *Drei Programme. Die Grundlagen der künstlerischen Bildung – Studien von Alfred Lichtwark*. Berlin: Cassirer.
- MANDEL, Birgit (2008): *Vom Kulturverwalter im Kulturstaat zum Kulturunternehmer der Kulturgesellschaft*. In: *spiel plan: Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement 2007/2008*. Hrsg. von Rolf Keller, Brigitte Schaffner u. Bruno Seger. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 51-60.
- MERSICH, Thomas (2008): Old School, New School oder No School? – In: *KM – Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network* 21/Juli, 3-10.
- MITTELSTRASS, Jürgen (2005): Methodische Transdisziplinarität. In: *Technikfolgenabschätzung: Theorie und Praxis* 14/2, 18-23. <<http://www.itas.fzk.de/tatup/052/mit105a.htm>>
- NOSCHKA-ROOS, Annette (Hg.) (2003): *Besucherforschung in Museen. Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation*. München: Deutsches Museum.
- PANOFSKY, Erwin (2002): *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. Köln: DuMont Literatur-und-Kunst.
- POHL, Christian/HIRSCH Hadorn, Gertrude (2006): *Gestaltungsprinzipien für die transdisziplinäre Forschung. Ein Beitrag des td-net*. München: Ökom.
- RAUHE, Herrmann (Hg.) (1994): *Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst*. Berlin, New York: de Gruyter.
- ROBINSON, Edward S. (1928): *The Behaviour of the Museum Visitor*. Washington/DC: American Association of Museums.
- SCREVEN, Chandler G. (1974): The Measurement and facilitation of learning in the museum environment: an experimental analysis. – In: *Publications in museum behavior*. Washington/DC: Smithsonian Institution Press.
- SENNETT, Richard (1994): *Flesh and stone: the body and the city in western civilization*. New York, London: Norton.
- SHETTEL, Harris H. (1968): An evaluation of existing criteria for judging the quality of science exhibits. – In: *Curator* 11, 137-153.
- TREINEN, Heiner (1991): *Besucherforschung und Vermittlungsstrategien in kulturhistorischen Ausstellungen*. – In: Haus der Bayerischen Geschichte (Hg.), *Besucherforschung*

- und Vermittlungsstrategien in kulturhistorischen Ausstellungen*. Kolloquiumsbericht zu den Ergebnissen der Ausstellung "Geschichte und Kultur der Juden in Bayern". München, 11-13.
- TREINEN, Heiner (1996): *Ausstellungen und Kommunikationstheorie*. – In: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.), *Museen und ihre Besucher. Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin: Argon, 60-70.
- TRIBE, Mark/REENA, Jana (2006): *New Media Art*. Köln: Taschen.
- TRÖNDLE, Martin (2006): *Entscheiden im Kulturbetrieb: Integriertes Kunst- und Kulturmanagement*. Bern: h.e.p.
- TRÖNDLE, Martin (2008): *Restart*. – In: *spielplan: Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement 2007/2008*. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 61-74.
- TSCHACHER, Wolfgang/SCHEIER, Christian (2003). *Der interaktionelle Ansatz in der Kognitionswissenschaft: Eine Positionsarbeit zu Konzepten, Methoden und Implikationen für die Psychologie*. – In: *Zeitschrift für Psychologie* 211, 2-16.
- WALL, Tobias (2006): *Das unmögliche Museum. Zum Verhältnis von Kunst und Kunstmuseen der Gegenwart*. Bielefeld: transcript.
- ZACHARIAS, Wolfgang (Hg.) (1991): *Schöne Aussichten. Ästhetische Bildung in einer technisch-medialen Welt*. Essen: Klartext.
- ZEMBYLAS, Tasos/TSCHMUCK, Peter (2006): *Kulturbetriebsforschung. Ansätze und Perspektiven der Kulturbetriebslehre*. Wiesbaden: VS.