



TUCH+TECHNIK
TEXTILMUSEUM
NEUMÜNSTER

TAGUNGSBERICHT

Das Museum "Tuch + Technik. Textilmuseum Neumünster", das im Oktober 2007 seine Dauerausstellung eröffnen wird, veranstaltete zum dritten Mal ein Werkstattgespräch in der Reihe "Kontextilien - Textilien im Kontext", diesmal zum Thema "Multimedia im Museum".

Als Referenten waren Martina Lüdicke, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Jüdischen Museum Berlin, Elke Schneider, Museumspädagogin am Museum für Kommunikation, Hamburg, Prof. Dr. Jörn Christiansen, Direktor des Focke-Museums, Bremen und Prof. Dr. Franziska Uhing, Studiengang Multimedia Production, Fachhochschule Kiel, eingeladen. Die Diskussionsleitung übernahm Dr. Sabine Vogel, Direktorin des Museums Tuch und Technik.

Zur Einführung wies Sabine Vogel auf ein Spannungsverhältnis zwischen einem Museum, das reale Objekte ausstellt, und virtuelle Multimedia-Elemente hin. Wie dies gelöst wird, sollen im Rahmen der Tagung die Erfahrungen in verschiedenen Häusern zeigen.

Im Jüdischen Museum Berlin gibt es 50 Medienstationen. Martina Lüdicke stellte klar, dass dies nicht alles auch interaktive Stationen sind. Filmstationen, Hörräume, multimediale Inszenierungen und interaktive Spiele ergänzen die Objekte, um das Museumsziel zu erreichen, Besuchern auch ohne Vorkenntnisse einen Überblick über 2000 Jahre jüdisch-deutsche Geschichte zu geben. Eine multimediale Vertiefung der Ausstellungsthemen bietet das „Learning Center“, welches räumlich von der Ausstellung getrennt ist. Dieses Angebot wird von 40% der Besucher angenommen. Die Website enthält keinen virtuellen Rundgang, denn das Museum soll vor Ort besichtigt werden und der Internetauftritt die potentiellen Besucher neugierig machen. Als neues multimediales Element wird zukünftig auch ein Audio-Guide angeboten werden. Dies war innerhalb des Museums zunächst umstritten, da dieser die Kommunikation unter Besuchergruppen behindert und sich Besucher ohne Guide oft durch die Besucher, die mit dem Audio-Guide wie ferngesteuert durch die Ausstellung laufen, gestört fühlen. Jedoch kann dadurch ein breiteres Sprachangebot für die Vermittlung geboten werden.

Drei Beispiele multimedialer Elemente stellte Martina Lüdicke ausführlicher vor. In der aktuellen Sonderausstellung „Heimat und Exil“ wird eine digitale Fassung eines Familien-Fotoalbums gezeigt. Anders als bei einem Original können die Besucher „blättern“ und alle Seiten ansehen. Zusätzlich sind vertiefende Informationen zu den Bildern abrufbar, womit die ganze Bandbreite der Sonderausstellung thematisch abgedeckt wird. Charakteristisch für diese Station ist, dass sie nicht vom Objekt ablenkt sondern es erfahrbar macht. Diese Medienstation wird von 50% der Besucher genutzt. In der Dauerausstellung wird das Thema Gleichstellung der Juden im 19. Jh. mit einer Hörstation vermittelt. An einem Hör Tisch sind Pro- und Contra-Meinung von den Besuchern abfragbar. Mit Objekten wäre das Thema nur sehr schwer auszustellen gewesen. Auch diese Station wird gut genutzt. Um sie im Rahmen von Gruppenführungen nutzen zu können lassen sich die Tondokumente auch über Lautsprecher abspielen. Ebenfalls in der Dauerausstellung gibt es ein interaktives Spiel, bei dem die Besucher am Monitor Reisegegenstände für die jüdische Geschäftsfrau Gliki bas Judah Leib auswählen können. Dieses Spiel, das ursprünglich vor allem für Kinder (auch bei Gruppenführungen) gedacht war, erklärt spielerisch Gegenstände zu Themen, die später wieder in der Ausstellung aufgegriffen werden. Es wird aber auch von Erwachsenen gut genutzt, so dass ein weiteres Exemplar aufgestellt wird.



Die größte Besuchergruppe im Jüdischen Museum sind die 20-29jährigen, von denen die multimedialen Elemente auch stark genutzt werden. Für alle Stationen sind jedoch keine Computer-Kenntnisse nötig, Maus und Tastatur müssen nur selten benutzt werden. Martina Lüdicke hebt hervor, dass eine frühzeitige Zusammenarbeit mit den Ausstellungsgestaltern wichtig ist, die Multimedia-Stationen müssen mit dem Rest der Ausstellung ein räumliches Ganzes ergeben. Die Stationen dürfen nicht um ihrer selbst Willen eingerichtet werden; Ziel ist nicht, dass es überall flimmert, nicht jedes Thema muss mit zusätzlichen Medien vermittelt werden. Keinesfalls dürfen Multimedia-Elemente Exponate ersetzen oder überdecken, sie sollen mit ihnen kommunizieren. In der anschließenden Diskussion ging Martina Lüdicke auf die gemachten Erfahrungen ein. Lange Texte über Kopfhörer werden von den Besuchern wenig angenommen, Hörlöffel sind akzeptierter als klassische Kopfhörer. Sogenannte Sound-Duschen lassen sich oft nicht wie gewünscht ausrichten. Befragungen ergaben, dass die Stationen keinesfalls negativ aufgefallen sind, da sie sich auch nicht aufdrängen. Je genauer sich die Ausstellungsmacher ihres Lernziels bewusst sind, desto erfolgreicher lässt sich auch die Vermittlung multimedial umsetzen. Es ist darauf zu achten, dass nicht nur ein schöner Effekt erzielt wird, sondern dass Kosten und Aufwand dem Resultat entsprechen. Im Jüdischen Museum mag man nicht mehr auf diese Elemente verzichten, ein Ausstellungsbesuch ist aber auch ohne deren Nutzung möglich.

Eine Besonderheit für den Einsatz von Medien stellen Kommunikationsmuseen dar, da Medien-Objekte auch Teile der Sammlung sind. Elke Schneider ordnete die Medien in ihrem Museum drei Gruppen zu: Medien, die als historische Dokumente ausgestellt werden und falls zulässig auch in ihrer Funktion von den Besuchern genutzt werden können (Rohrpost, Fernschreiber), Medien, die als Sekundärmaterial zusätzliche Information bieten (Filme, Hörstationen mit Radiobeiträgen, Internetwerkstatt, Bücher zum Blättern), sowie speziell konzipierte Medien für die Vermittlung.

Zu letzteren gehört an ihrem Museum ein Touchscreen mit Filmen und Tondokumenten, mit dem jedoch auch negative Erfahrungen gemacht wurden. Die laufenden Bilder, besonders mit Ton, stehlen den Objekten die Aufmerksamkeit, es wird ein hoher Teil an Information vermittelt, für den es dann jedoch keinen Raum für Kommunikation, Denken und Forschen gibt. Positive Erfahrungen hat man mit Ton-Film-Collagen gemacht, die eventuell weniger Information transportieren, dafür jedoch die Sinne ansprechen. Sie lenken die Konzentration auf die Objekte, wie etwa Hörstationen mit Geräuschen aus der Kommunikation oder Raumtöne. Diese Elemente dienen dem Leitbild des Museums, Erlebnis mit Information zu vereinen.

In der anschließenden Diskussion machte Elke Schneider deutlich, dass die personelle Vermittlung eine große Rolle spielt (es sind auch Führungen in Gebärdensprache möglich, man muss nicht zwangsweise auf mediale Vermittlung zurückgreifen). Am Kommunikationsmuseum wurden die klassischen Aufsichten durch sogenannte „Flying-Guides“ ersetzt, die auch Einzelbesuchern Informationen geben können, wenn sich die Objekte nicht von selbst erschließen. Für mediale Vermittlungen fehlt es auch an Geld.

Jörn Christiansen stellte das Angebot vor, im Focke-Museum in Bremen eine Einführung in die Geschichte der Stadt in einer 20-minütigen Multivision zu bekommen. Dies wird gut von den Besuchern angenommen. Im Foyer stehen zur Ergänzung großer Objekte Terminals mit Animationsfilmen. Die Produktionen sind bewusst einfach gehalten, da eine Konkurrenz zu kommerziellen Produkten eh nicht zu erreichen wäre. Seit ihrer Einführung 1998 laufen die Stationen problemlos. Sie sind einfach zu bedienen und so platziert, dass sie auch von Gruppen genutzt werden können. Die Gestaltung passt sich in die Architektur ein. Auf einen die anderen Besucher störenden Ton wurde verzichtet. Durch öffentliche Mittel für eine Sonderausstellung gibt es in der archäologischen Abteilung einen



steuerbaren virtuellen Gang durch eine mittelalterliche Stadt. Bei einer Hochzeitstruhe aus der Reformationszeit ist eine akustische Station sehr dicht am Objekt. Mit einem Lichtstrahl auf der Frontplatte können Szenen ausgewählt werden, zu denen dann eine Geschichte erzählt wird. Auch weitere Stationen in der Ausstellung richten sich nach dem Objekt: Eine Reproduktion von Stereo-Bildern zur Schifffahrt kann in einem entsprechenden Guck-Kasten betrachtet werden, zur NS-Zeit gibt es ein Zeitzeugeninterview mit einem ehemaligem Zwangsarbeiter (Monitor und Hörer). Eine Besonderheit des Focke-Museums ist das 6.000 Objekte umfassende Schaumagazin. Hier sind die Exponate mit einer 4-ziffrigen Zahl versehen. Bei Eingabe dieser Zahl in einem von 7 Terminals erhält man vertiefende Information, zu 300 Objekten gibt es auch Informationen über einen Audio-Guide (Modell „Hörknochen“, Kommunikation mit anderen Besuchern bleibt möglich). Eine Vermittlung von Objektinformationen über Texttafeln wäre hier wegen der Dichte nicht möglich, eine multimediale Vermittlung ist daher optimal. In der Dauerausstellung mit Vermittlungsformen wie Inszenierungen und Texttafeln wäre diese theoretisch auch verzichtbar, dennoch findet man sie im Museum gut.

Franziska Uhing stellte den Studiengang Multimedia Production und die Möglichkeiten für eine Kooperation mit Museen vor. Die Studierenden werden zu Themen wie Mediendesign, Audio- und Video-Produktion, Interaktive Medien, Webanimation, Medienwirtschaft und Medienrecht für Berufsfelder im PR-Bereich, Informationsmanagement, in Rundfunk und Fernsehen, bei Werbeagenturen usw. ausgebildet. Mit öffentlichen Einrichtungen wie Museen sind Kooperationen möglich, damit die Studierenden nicht nur für die Schublade produzieren. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Studierenden noch in der Lernphase sind und dass man nicht in Konkurrenz zu privaten Anbietern treten möchte. Auch Praktika sind möglich. Die anschließende Diskussion widmete sich vor allem den Erkenntnissen über Sehgewohnheiten und Nutzungsgewohnheiten multimedialer Elemente. Als interessant für Museen könnte sich eine Augenkamera erweisen, die das Sehverhalten aufzeichnet, jedoch ist der Aufwand abzuwägen. Jüngere Mediennutzer nehmen Textblöcke eher als Bleiwüste oder Bild wahr, ohne Überschriften, Hervorhebungen und Bezüge wird wenig gelesen.

In der abschließenden Diskussion war man sich einig, dass die Stringenz einer Ausstellung von den Museen selbst erarbeitet sein muss. Sie kann nicht durch Multimedia-Angebote ersetzt werden. Es wurde darauf hingewiesen, dass für die multimedialen Elemente individuelle Lösungen bei einem Zusammenspiel mit den Objekten erforderlich sind und es keine Patent-Idee gibt.

Eine Stärke der Tagung war, im Publikum Ausstellungsmacher und Multimedia-Anbieter zusammengebracht zu haben. Die Berichte über die Praxiserfahrungen in den Museen konnten daher von beiden Seiten her diskutiert werden. Es kristallisierte sich die Tendenz heraus, dass technisch fast alles möglich, für Museen jedoch nur wenig davon bezahlbar ist. Wünschenswert wäre gewesen, noch eingehender darüber zu diskutieren, ob Museen alles im multimedialen Bereich Mögliche umsetzen möchten, wenn es technisch und finanziell realisierbar wäre. Zu einer Methodenkritik des Medieneinsatzes im Museum leistete die Tagung einen ersten Beitrag.