

# Sehen – Erleben – Begreifen

## Die Vielfalt museumspädagogischer Angebote



Im Museum für Abgüsse Klassischer Bildwerke München ermöglicht ein spezielles Programm Blinden und Sehbehinderten, Kunstwerke mit den Händen zu begreifen,

Foto: Museumswerkstatt der Münchner Volkshochschule

Auch für einzelne Besucher entwickeln Museumspädagogen Informationsmaterialien,

Foto: Haydar Koyupinar, Alte Pinakothek, München

Im Sommerstudio in der Zaha Hadid Lounge des Kunstmuseums Wolfsburg kann man der eigenen Kreativität freien Lauf lassen,

Foto: Kunstmuseum Wolfsburg

Beim Workshop im Neuen Museum in Nürnberg werden eigene Arbeitsergebnisse ausgewertet,

Foto: Neues Museum Nürnberg

**MIT GROSSEM EIFER** und roten Backen hämmert der sechsjährige Marc an einem Kieselstein, den er gerade in der Isar gefunden hat. Zusammen mit seinen Eltern und sechs weiteren Familien nimmt er teil am Kinderprogramm »Isarkiesel. Eine Entdeckungsreise in die geologische Geschichte der Isar« des Alpinen Museums München. Nachdem die Museumspädagogin den Weg der Flussgesteine aus den Alpen bis nach München erläutert hat, werden die kleinen Hobbygeologen, ausgerüstet mit Hammer, Schutzbrille und Säure, selber aktiv. Sie sprengen mit dem Werkzeug die Steine auseinander und untersuchen den Aufbau und Struktur des Inneren. Dann sortieren und bestimmen sie die Gesteinssorten und kleben die Teile schließlich auf Tafeln. »Ich darf meinen Kiesel sogar mit nach Hause nehmen«, freut sich Marc.

**INHALT UND ABLAUF** solcher Programme entwickelt die Museumspädagogin Sylvia Fritsch zusammen mit den Geologinnen des Museums. Mit diesen Angeboten möchten sie unterschiedliche Besuchergruppen ansprechen. Ein Schwerpunkt der Vermittlungsarbeit ist das Angebot für Schulklassen. Lehrer staunen oft über ihre Schüler, die sich bei einem Museumsbesuch ganz anders verhalten als im Klassenzimmer. Da wird so mancher Zappelphilipp plötzlich ganz konzentriert, wenn er alte Steigseisen ausprobieren kann. Eine eher schüchterne Schülerin stellt plötzlich – angeregt durch die originalen Exponate – neugierige Fragen. Die Museumspädagogin lädt regelmäßig Lehrer zu besonderen Fortbildungen ein. Dabei stellt sie ihnen die aktuelle Ausstellung vor und erläutert Inhalte und Methoden ihrer Arbeit. »Schüler sollen nicht durch die ganze Ausstellung rasen, sondern lieber ein Thema oder ein besonderes Exponat, etwa die Geschichte des Kletterseils, eingehender betrachten«, betont Sylvia Fritsch.

**SO WIE DIE** Münchner Museumspädagogin wollen ihre Kollegen an Kunst- und Technikmuseen, an Geschichts- und Freilichtmuseen komplexe Themen anschaulich nahe bringen. Sie wollen die stummen Museumsobjekte durch Gespräche, Werkstattbesuche, Ferienaktionen, Workshops, Museumsrallyes oder durch Handwerkerfüh-

rungen zum Leben erwecken. Nicht jeder Museumspädagoge kann wie Sylvia Fritsch auch an der Konzeption von Ausstellungen mitarbeiten oder die Informationstexte auf Verständlichkeit überprüfen. Die Kunst- und Kulturvermittler sind als »Anwalt des Besuchers« Bindeglied zwischen den Interessen des Publikums und den Vorstellungen der Ausstellungsmacher. Aber nicht alle Museen verfügen über einen eigenen Museumspädagogen. Häufig übernehmen ehrenamtliche Kräfte zumindest das Führungsangebot. In größeren Städten dagegen sind zentrale museumspädagogische Dienste für die Betreuung der Besucher an den verschiedenen Häusern zuständig.

**SO VIELFÄLTIG** wie die Museen so vielfältig ist die Qualifikation der Museumspädagogen: Sie sind Kunsthistoriker, Archäologen, Historiker, Lehrer, Biologen, Techniker, aber auch Sozial- oder Diplompädagogen. Manche kommen als Quereinsteiger aus handwerklichen oder künstlerischen Berufen. Da es keinen geregelten Ausbildungsgang für den Beruf des Museumspädagogen gibt, ist die kontinuierliche, berufsbegleitende Fortbildung von besonderer Bedeutung. Um sie kümmert sich der Bundesverband Museumspädagogik e.V. mit seinen sieben regionalen Landesverbänden. Er vertritt die Interessen seiner etwa 700 Mitglieder, organisiert Tagungen, bietet Erfahrungsaustausch und gibt die Fachzeitschrift »Standbein-Spielbein. Museumspädagogik aktuell« heraus. Der Verband ist Ansprechpartner für Fragen der Besucherorientierung, für Vermittlungs- und Bildungsaufgaben der Museen und Ausstellungshäuser. Eine eigene Fachgruppe für Besucher mit Behinderungen möchte diese spezielle Zielgruppe stärker in das Visier der Museumsarbeit bringen.

**DER MUSEUMSPÄDAGOGISCHE** Bereich wird durch Schlagworte wie »PISA-Studie« und »Lebenslanges Lernen« immer wichtiger. Diese Erfahrung macht schon heute das Alpine Museum. Um die steigende Nachfrage nach speziellen Veranstaltungen erfüllen zu können, muss Sylvia Fritsch zusätzliches Personal finden und einarbeiten. Ihr Ziel ist es, nicht nur einmalige Events, sondern regelmäßig qualitätsvolle Programme zu bieten, die sowohl informativ als auch unterhaltend sind. »Mir ist es ganz wichtig«, so die Museumspädagogin, »dass Besucher im Museum aus dem hektischen Alltag aussteigen und hier Muße und ästhetische Erfahrung neu erleben können.« Das vielfältige museumspädagogische Angebot des Münchner Museums zeigt, wie attraktiv das Museum als Erlebnisort sein kann. HANNELORE KUNZ-OTT



Vermitteln



Wolfgang Warnecke in der Bibliothek des Museums,

Wolfgang Warnecke beim Kassendienst,

Fotos: Karin Heiningler

# Ein Mann für alle Fälle

## Wolfgang Warneckes Engagement kennt keine Grenzen

**ES IST EIN** ganz normaler Nachmittag im Museum im Schloss Bad Pyrmont. Wolfgang Warnecke hat alle Hände voll zu tun. Eine Gruppe von Kindern ist ins Museum gekommen, um ein Schattenspieltheater zu sehen. Doch erst einmal sind alle fasziniert von »Miffy«, dem kleinen Hasenmädchen des Niederländers Dick Bruna. Miffy ist eine der Hauptfiguren in der aktuellen Bilderbuch-Ausstellung des Museums im Schloss, und an der Kasse sind Miffy-Bücher und Stofftiere zu kaufen. »Gibt es die auch etwas größer?«, fragt ein kleiner Wuschelkopf. »Wie viel kostet dieses Bilderbuch?«, will ein anderes Kind wissen. »Ach sagen Sie, junger Mann, wo geht es denn hier zur Ausstellung der Stadt- und Badgeschichte von Pyrmont?«, unterbricht eine ältere Besucherin energisch den Redeschwall der Kinder. Zwischendurch ertönt ein dumpfer Ton, Zeichen dafür, dass der Aufzug zum Obergeschoss angefordert wird. Der 39-Jährige drückt auf den Knopf, beantwortet die Frage der Besucherin, spricht geduldig mit den Kindern und gibt zwischendurch noch telefonisch Auskunft über die Öffnungszeiten des Museums.

**DAS IST** ein ganz gewöhnlicher Tag im Berufsleben von Wolfgang Warnecke. Der Mitarbeiter aus Neersen, einem eingemeindeten Dorf des Badeortes Bad Pyrmont, ist vielseitig einsetzbar. Eben noch hatte er Kassen- und Aufsichtsdienst, da bittet ihn sein Chef, aus der Bibliothek das Buch über »Dörfliches Leben in der Herrschaft Pyrmont« herauszusuchen, das jemand angefordert hat. Warnecke findet das Buch mit dem nostalgisch braunen Titelfoto sofort, schließlich hat er selbst daran mitgearbeitet. Später wird er noch einige gerade eingetroffene Objekte inventarisieren und ein bisschen über den Statistiken des Museums brüten, bevor er Feierabend hat. »Eigentlich ist dies mein Traumberuf. Er war nicht geplant, aber es hat sich so ergeben«, stellt Warnecke fast sachlich fest. Dass einmal das Museum seinen Arbeitsalltag bestimmen und das kleine Team der Mitarbeiter so etwas wie seine »zweite Familie« sein würde, hätte er sich nicht träumen lassen. Nach der Realschule ließ er sich zum Bürokaufmann ausbilden, war ein Jahr lang arbeitslos und assistierte ab 1984 einem Heimatkundler aus Neersen, der die Geschichte der Pyrmonter Bergdörfer erforschte.

**IM STADTARCHIV** fiel der junge Mann dem Kunsthistoriker Dieter Alfter auf. Der war gerade aus Hamburg gekommen, um ein Konzept für das geplante Museum im Schloss zu erarbeiten. Als sich

dann abzeichnete, dass Alfter auch Direktor des neu eingerichteten Museums werden würde, engagierte er den jungen Mann zum 1. Juni 1986 als Aufsichtskraft. Damals hatte Warnecke gerade einen schwierigen Lebensabschnitt hinter sich. 1984 wurde ihm, nach dreijähriger Abhängigkeit von der Dialyse, eine neue Niere transplantiert, was seine Arbeitskraft noch eine Weile einschränkte. Doch die Tätigkeit im Museum machte ihm immer mehr Spaß, und die Herausforderungen wuchsen. Sehr bald hatte der Museumschef gemerkt, dass er sich auf seinen Mitarbeiter in jeder Beziehung verlassen konnte und vertraute ihm größere Aufgaben an. Warnecke führte durch das Schloss und die regelmäßigen Sonderausstellungen des Museums, wirkte an Publikationen mit, ließ sich daneben auch noch als Stadtführer für Bad Pyrmont ausbilden.

**ALS ALFTER DANN** im Rahmen der Ausstellungen mit berühmten Pyrmonter Kurgästen eine Präsentation über Königin Luise vorbereitete, kam für Wolfgang Warnecke eine besondere Herausforderung. Er begleitete seinen Chef nach Berlin, saß dort eine Woche lang von morgens bis abends im Geheimen Preußischen Staatsarchiv und durchforstete Reisebeschreibungen und Rechnungen, die ein penibler preußischer Hofbeamter über Luisens Kuraufenthalt in Bad Pyrmont aufgestellt hatte. Dass ihre Majestät jeden Morgen dem Erdbeerverkäufer in der Allee ein üppiges Trinkgeld gab, dass sie als Logiergeld 3111 Reichsthaler zu zahlen hatte und für einen Festball 200 Flaschen Champagner orderte: Dies alles und noch viel mehr entdeckte Warnecke im Archiv und schrieb die in deutscher Schrift verfassten Aufzeichnungen per Hand ab. »Das hat großen Spaß gemacht und war richtig spannend«, erinnert er sich.

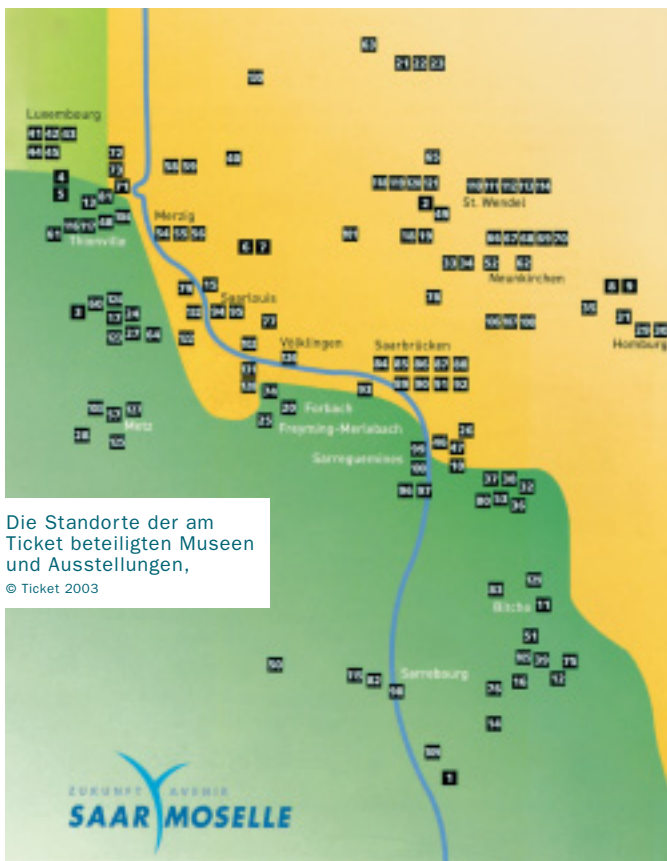
**BEI DEN RECHERCHEN** zur Ausstellung über Friedrich den Großen, die für den Sommer 2004 geplant ist, hilft Warnecke. Doch mit berühmten Kurgästen befasst er sich auch noch in anderer Beziehung: Er wertet alte Kurlisten aus und erforscht, wer wann wo gewohnt hat. Auf diese Weise sollen nach und nach alle Häuser, in denen historische Persönlichkeiten logierten, mit Schildern versehen werden. Dass der Museumsmitarbeiter sich in seiner Freizeit noch in der Kirchengemeinde Neersens und im Verkehrsverein Pyrmonter Bergdörfer engagiert, zeigt sein Interesse für Heimatgeschichte.

**ALS EINEN WERTVOLLEN** Partner für den Museumsverein beschreibt dessen Vorsitzender Malte Möller den jungen Mann. Und Alfter lobt an seinem Mitarbeiter, dass er nicht nur in der Verwaltung verlässlich sei, sondern inzwischen glatt einen wissenschaftlichen Assistenten ersetze: »Wolfgang Warnecke ist eben ein Mann für alle Fälle.« KARIN HEININGER



# Grenzüberschreitung

Die neuen Wege der Museen



Die Standorte der am Ticket beteiligten Museen und Ausstellungen,

© Ticket 2003

**DIE AKTENORDNER** stapeln sich. Auf dem riesigen Tisch liegen Teppichproben. Auf dem Boden sind unzählige technische Zeichnungen ausgebreitet. Im Nebenraum klingelt immer wieder das Telefon, doch die Anrufer werden nicht durchgestellt. Man könnte meinen, man sei in einem Architekturbüro. Doch weit gefehlt. Hier, in Ottweiler, hat der Saarländische Museumsverband sein Domizil, und es sind wichtige Entscheidungen zu treffen. Die Zeit drängt, denn die »Museumswelten« – die einzige Museumsmesse Deutschlands – steht vor der Tür und noch längst nicht alle Fragen sind geklärt. Nach der Premiere im vergangenen Jahr haben sich noch mehr Museen entschlossen, ihre Häuser quasi einzupacken und für ein Wochenende nach Saarbrücken in eine Messehalle zu ziehen.

**DIE IDEE**, auch auf diesem Wege Kontakt mit möglichen Museumsgästen zu bekommen, stammt von Rainer Raber. Er ist der Kopf des Saarländischen Museumsverbandes. Vor 17 Jahren hob der Betriebswirt den Verband als ehrenamtlicher Museumsleiter mit aus der Taufe. Sein an der Marktwirtschaft orientiertes Konzept traf durchaus nicht von Anfang an auf Gegenliebe. »Wir müssen einfach neue Wege beschreiten, um die Neugierigen in unsere Häuser zu locken. Wir haben doch wahnsinnig viel zu bieten«, behauptet der engagierte 57-Jährige und tritt auch gleich in die Beweisführung ein. Heute sind alle Museen des Saarlandes Mitglied im Verband. Partner aus Politik und Wirtschaft haben es also mit einem Großunternehmen zu tun. Kommt es zu einer erfolgreichen Kooperation, findet diese landesweit ihren Widerhall, nein sogar über die Landesgrenzen hinaus. Man unterhält nämlich auch beste Beziehungen zu den unmittelbaren Nachbarn, nicht nur zu den deutschen, nein auch zu den französischen und den luxemburgischen. Schließlich lebt man im Drei-Länder-Eck.

**RABERS LIEBSTES KIND** ist die Museumsmesse, die im Rahmen der Freizeitmesse stattfindet. 40 000 Besucher tauchten im Jahr 2003 in die Museumswelten ein, das übertraf alle Erwartungen. Ein eigenes Logo, ein spezielles Werbekonzept, beides durch die Saarbrückener Messegesellschaft realisiert, sorgten dafür, dass das Exklusive der »Museumswelten« nach außen getragen wurde. »Museen auf einer Messe präsentieren? Na, ja! In mühevoller Kleinarbeit, zahlreichen Gesprächen musste Überzeugungsarbeit geleistet werden«, erinnert sich Raber. In diesem Jahr stand den Saarländern schon der Museumsverband aus Rheinland-Pfalz zur Seite. Gemeinsam ist man eben stark und kann leichter Marketingstrategien umsetzen. Eine 3000 qm große Messehalle ausstatten, das kostet mehrere hunderttausend Euro, auch im Saarland. Doch wozu gibt es denn eigentlich Sponsoring? Wenn die Finanzierung steht, dann ziehen auch alle Arten von Museen, vom Weltkulturerbe Völklinger Hütte bis zum örtlichen Heimatmuseum, an einem Strang. Unter den großen Überschriften Alltagsleben, Technik, Kunst und Archäologie traten die Häuser den Besuchern gegenüber und schufen eine lebendige Form von »Infotainment«. Schauen, Staunen und Erleben: Über 60 Einrichtungen aus dem Saarland, Luxemburg, Lothringen und Rheinland-Pfalz präsentierten sich als eine Kulturregion mit Themenbereichen wie »Reise

vogesen und in Luxemburg. In der Broschüre sind die beteiligten Häuser mit einer Kurzbeschreibung aufgeführt. Im Anhang dieses kleinen Museumsführers findet man die Ticket-Bons, die man wie Eintrittskarten nutzt. Die Erfinder des »Tickets« wissen genau: Wer einmal damit beginnt, Museen zu besuchen, der wird dies auch weiterhin pflegen. Schon vor zwei Jahren hat das »Ticket« einen unglaublichen Erfolg verzeichnet und wurde nicht nur von Einheimischen angefragt, sondern auch von vielen Urlaubern. Die so geschaffene »Museenlandschaft« erzählt von einer Region, die einmal eine Einheit darstellte, politisch geteilt wurde, die aber ein gemeinsames kulturelles Erbe hat und nun wieder zusammenfindet. Das zum Jahresbeginn in einer Auflage von 35 000 Exemplaren erscheinende »Ticket« hat sich schon jetzt zum Renner entwickelt.

**DER SAARLÄNDISCHE MUSEUMSVERBAND** hat mit seinen Projekten Sprachbarrieren und auch administrative Barrieren überwunden, die die grenzüberschreitende Arbeit erschweren. Er geht durchaus ungewöhnliche Kooperationen ein und begibt sich auf eine Gratwanderung zwischen Kommerz und Anspruch. Der Erfolg spricht für ihn. Die Zukunft der Vergangenheitsbewahrung scheint gesichert. MARTINA GROSS



Das Ticket 2003, herausgegeben vom Verein Zukunft SaarMoselle Avenir

durch die Geschichte« oder »Kunst zum Anfassen« und gaben »Einsblicke in die Arbeit von Restauratoren«. Begeistert waren aber nicht nur die Besucher, sondern auch die Macher. Neue Netzwerke sind entstanden. »Wenn die Stimmung gut ist, stellt sich auch der Erfolg ein und es kommen neue Ideen.«

**DAS SO GENANNT »TICKET«** für Museen und Ausstellungen, das der Saarländische Museumsverein zusammen mit dem Verein Zukunft SaarMoselle Avenir herausgibt, ist die Umsetzung einer solchen Idee. Das »Ticket« ist eine kleine Broschüre, die in jede Handtasche passt. Mit ihr erhält man ermäßigten bis freien Eintritt in mehr als 160 Museen im Saarland, in der Moselle, den Nord-



Museumswelten 2004, Fotos: Saarmesse GmbH





Ständige Ausstellung mit interaktiver Wand,  
Foto: Irma Schmidt, Hansestadt Rostock

# Was Ihr wollt!

## Rostocker Kunsthalle beschreitet unorthodoxe Wege bei der Werbung um Besucher

IN DER ROSTOCKER KUNSTHALLE klappen die Türen. Die Mecklenburger geben sich die Klinke in die Hand. Das Foyer ist erfüllt von leisem Stimmengemurmel. »Soll ich meinen Weber bringen oder lieber den Vallotton?«, fragt ein gesetzter Herr. Eine jüngere Dame erzählt: »Das erste Bild, das ich mir gekauft habe. Ein Russe. Den find' ich noch heute gut.« »Wir dachten, wir bringen mal was Altes. Was noch keiner hier kennt!«, begründet ein Ehepaar seine kostbare Fracht. Mit der vorweihnachtlichen Aktion »Was Ihr wollt! Kunsthalle open« traf das Haus ganz offensichtlich den Nerv der Rostocker. Dem Aufruf, ihr liebstes Bild für eine Dreitagesschau ins Museum zu bringen, folgten über 250 Bürger. Eine tolle Idee fanden's alle, ja auch lustig, dem anderen auf diesem Umweg mal ins Wohnzimmer zu blicken. So kamen denn auch die Schaulustigen zu Hunderten – in die Ausstellung, zum Glühweinpfeifang, zu Jazzkonzert und Nachtessen bis in den Morgen. Ein Happening, das Bilder und Leute einander näher brachte. Und es provozierte! Kommunikation über Kunst, über sich und das Museum ward in Gang gesetzt. Ganz klar, die nächste Vernissage wurde zum Pflichttermin.

**MANCH UNORTHODOXER WEG** zum Besucher wird an der Kunsthalle Rostock, größtes Museum und Ausstellungshaus für moderne Kunst in Mecklenburg-Vorpommern, eingeschlagen. Zwar herrscht auch hier die bewährte Praxis des Führens durch Dauer- und Sonderausstellungen, doch steht ein interaktiver Umgang mit Kunst, der den reinen Betrachtungsmodus aufbricht, zunehmend im Vorder-

grund. Berührungsängste mit dem Ort gilt es ebenso abzubauen wie die Distanz zum Gegenstand »Kunst«. Beides gelingt durch Öffnung für Wünsche des Publikums an das Museum – ein nicht immer konfliktfreies Vorgehen.

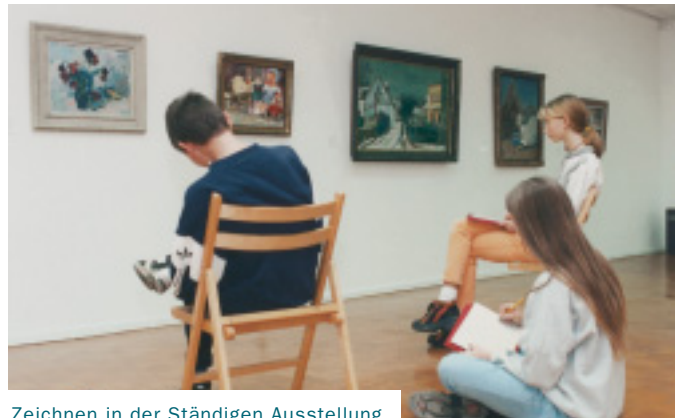
»DAS PUBLIKUM« – wer ist das in Rostock? Ganz sicher kein einheitlicher Kreis von Menschen, sondern Kulturinteressierte jeder Couleur mit ganz verschiedenen Bedürfnissen. Wo einer dem stillen Kunstgenuß frönt, braucht der andere Austausch und Erklärungen, will wissen, wie's gemacht ist, will Künstler und »die da« vom Museum auch mal aus der Nähe sehen, befragen, kritisieren und anfassen. Das Besucherbuch, eine Sammlung unverblümter Kommentare, ist für das Team handfeste Anleitung zum Handeln. Wie etwa eine »doofe« Ausstellung rüberbringen, wie verhindern, dass »Normalverbraucher« sich durch Kunst verklapst fühlen? Hier hilft nur Diplomatie, der politische Aspekt des Vermitteln's; sie äußert sich im Programm der Kunsthalle als ein bunter Angebotsmix, in dem kunstgeschichtliche Zusammenhänge erfahren, künstlerische Techniken erlernt oder einfach im Ambiente der Ausstellung anderes Künstlerische, wie Literatur, Musik und Theater, genossen werden kann. In gelungener Synthese, wie letzten Herbst mit Brian McAveras Theaterstück »Picassos Frauen« inmitten der 100 Blätter der »Suite Vollard«. Zur fiktiven Pressekonferenz mit den Geliebten Picassos strömten hunderte Neugierige. Erregt lauschten sie den intimen Berichten der Frauen – und tatsächlich platzte der Knoten, Fiktion und Wirklichkeit gingen ineinander über. Erst

zögernd, dann forscher fielen die Fragen nach dem Liebesleben des großen Spaniers, nach dem Wie der Verquickung von Erotik und Kunst. Und die Schauspielerinnen hielten ihre Rolle durch. Es war ein fröhliches Tauziehen zwischen Akteuren und Zuhörern; viele der Gäste besuchten die Ausstellung später noch mehrmals.

**BELIEBT BEI** Jung und Alt sind die klassischen Workshops zu Malerei und Grafik, besonders dann, wenn ein ausgewiesener Macher aus erster Hand vorführt, wie's geht, und dabei auch noch aus dem Nähkästchen plaudert. Wenn der Grafiker Ernst Lau, eine Instanz in seinem Metier, in Overall und Schürze unter die Leute tritt, um ihnen die Geheimnisse des Tiefdrucks zu offenbaren – nicht nur, wie Radierungen gemacht werden, sondern auch, welche Raffinessen er beim Drucken in der Hinterhand hat, damit es besonders schön wird. Und wenn er dann noch eine Platte aus der Tasche zieht, an der sich alle erproben können, ist das Glück vollkommen. Dutzende Zaghafte animierte der Drucker in seiner Ausstellung des letzten Winters auch zu eigenen Radierversuchen und sorgte somit für manches Erstlingswerk auf einem weihnachtlichen Gabentisch.

**KINDER SIND DIE** wichtigste Zielgruppe museumspädagogischer Arbeit, auch in der Kunsthalle Rostock. Für viele Schülergruppen ergänzen Besuche der Kunsthalle den regulären Fachunterricht. Doch kommt ein lebendiger Umgang mit Kunst dabei immer nur ansatzweise zustande. Vor zwölf Jahren haben Museumspädagogen und Lehrer sich deshalb zu einem Projekt der besonderen Art zu-

sammengetan. Sie setzen damit auf die Lust junger Leute, sich agierend und provozierend an der Institution zu reiben. Die jährlichen »Tage der Kunst« für Rostocker Schüler sind immer ein Highlight. Zwei Wochen lang werden hunderte Arbeiten aus dem Unterricht museal präsentiert. Der Zuspruch ist enorm. Dann kommen auch viele Rostocker, denen der Anspruch der Kunsthalle sonst zu wenig demokratisch ist. Nebeneffekt der Aktion: Schüler und ihr Publikum lassen sich gern auf die aktuellen Sonderausstellungen ein. Der Stolz darauf, im Museum zu »hängen«, weckt Toleranz und Neugier auf professionelle Kunst. KATRIN ARRIETA



Zeichnen in der Ständigen Ausstellung,  
Foto: Irma Schmidt, Hansestadt Rostock

Künstlerischer Tiefdruck, Workshop mit Ernst Lau für die Seniorenakademie der Universität Rostock, 2002,  
Foto: Irma Schmidt, Hansestadt Rostock



# Über Geschmack lässt sich (nicht) streiten

Rheinisches Industriemuseum tischt »Kant & Ketchup« auf



Kant & Ketchup, Entwurf zu »Aufgetischt«,  
Copyright MUSEUMSREIFI, Bielefeld



Wohnzimmer im Schlachthaus, Entwurf zu »Aufgetischt«,  
Copyright MUSEUMSREIFI, Bielefeld

**DAS WOHNZIMMER** im Schlachthof: Schweinehälften über Sitzgarnitur, Schoßhündchen und Fernseher, Ferngläser zur Aussicht auf ein Skandalsgebirge – die ausgestellte Wirklichkeit. Das Bild ist in Wirklichkeit erst auf dem Weg zur Ausstellung, will sagen, stellt den Entwurf für eine Schlüsselszene dar, um zugleich die Rezeptur zu verraten, mit der in Oberhausen »Geschmackssachen« aufgetischt wird. Das Ausstellungsprojekt hat nicht die Absicht, Wirklichkeit zu spiegeln, und folgt auch nicht gängigem Geschmack. Vielmehr wird herausgestellt, was üblicherweise im Hintergrund bleibt, unter den Teppich gekehrt wird und womöglich gegen die »guten Sitten« verstößt. Dabei verlässt sich die Präsentation nicht allein auf die Sachdienlichkeit einzelner Ausstellungsstücke, setzt vielmehr auf zugespitzte Bilder: stellt um, arrangiert neu, kontrastiert, kollagiert, provoziert.

**HERAUSGEFORDERT WERDEN** nicht zuletzt Wirklichkeitssinn und Geistesgegenwart der Besucher. Mit deren Rätselfreude und Kombinationslust wird gerechnet. Nur deshalb kann »Geschmackssachen«, so wie es das Rheinische Industriemuseum versteht, mit dem Finger auf die Verrücktheit der Welt zeigen. Kennt die doch Übersättigung hier, Unterernährung dort, niedrige Preise bei tatsächlich hohen Kosten, Rationalität und Rinderwahnsinn oder Erdbeeren zu Weihnachten. Abgehängtes Fleisch über Nierentisch auf Blütenesschiffchen? Was für eine Idylle! Das Ausstellungsteam vermutet, dass Provokation Spaß machen kann, um über Fragen zu Antworten zu kommen, die auf Vernunft setzen. Selbst wenn man dafür, wie das Bild zeigt, Ferngläser braucht. So soll die ab 24. April 2004 dargebotene Speisenfolge alles andere als auf den Magen schlagen. Im Gegenteil: Die Ausstellung über Lebensmittel soll Lebensgeister wecken. Und dies nicht nur in Oberhausen. Vielmehr hat sich das Rheinische Industriemuseum in Zeiten anschwellender Bildungsdiskussionen und nicht zuletzt anlässlich seines 20-jährigen Bestehens vorgenommen, erstmals mit allen sechs auf das Rheinland verteilten Schauplätzen im Verbund anzutreten: Weiträumig, viestimmig, vor allem konzertant will man sich mit bildender Unterhaltung und unterhaltender Bildung erproben und empfehlen.

**WÄHREND OBERHAUSEN** mit der größten Ausstellungsfläche eine ausgekochte Rezeptur wagt, um Essgewohnheiten, Einkaufsverhalten und Produktionsverfahren in der Konsumgesellschaft aufzutischen, wuchern auch die fünf weiteren Schauplätze mit ihren Pfunden. Das sich dem Papier verschreibende Haus in Bergisch Gladbach stellt verpackende Hüllen aus, die eine immer größer werdende Fülle von Nahrungsmitteln an Frau und Mann bringen. Die »älteste Fabrik auf dem Kontinent« in Ratingen wird Schauplatz für ein Defilé der Moden und Körperideale, denen auf Schritt und Tritt Diätvorschriften folgen. Die Solinger Gesenkschmiede arbeitet mit Macheten von Rohrzuckerplantagen und mit Zahnarztbohrern, um »Süße Last« in Szene zu setzen. Euskirchen, die Volltuchfabrik in der Eifel, deckt zu »Essenszeiten« Regionalgeschichte(n) auf. Die Baumwollspinnerei Engelskirchen, ohnehin mit Schwerpunkt der Energiegeschichte zugewandt, fragt nach Kalorien in Kochtöpfen, um dezidiert Genderfragen anzurühren: »Küchengeschichten«. Gilt Speisen als gesellige Angelegenheit, so ruft dieser Schauplatzverbund zur mehrfach gedeckten Tafelrunde.

**DAMIT SETZT DAS HAUS** in Trägerschaft des Landschaftsverbandes Rheinland auf Sensibilität und Reaktionsfähigkeit. Die Lebensmittelskandale der letzten Zeit waren den Teams Anlass genug, mit Fachwissen, Sammelleidenschaft und Zeigelust alles andere als museal zu bleiben. Gestalterbüros aus Bielefeld und Zürich haben mit dafür gesorgt: Das Ergebnis war lange genug im Ofen, wurde oft gewendet und wird nun mit Würze serviert. So will die steuerfinanzierte Bildungsstätte in Zeiten berechtigter Legitimationszwänge auf besondere Weise ihren gesellschaftlichen Nährwert unterstreichen. Das tägliche Brot, immer öfter wie »fast food« verschlungen, wird als Kulturgut präsentiert, das Leib und Seele verbindet. Und zu diesem Zweck versetzt das Museum, Geschmack hin, Geschmack her, gegebenenfalls auch ein Wohnzimmer ins Schlachthaus. THOMAS SCHLEPER

Das Oberhausener Ausstellungsteam diskutiert über verführerische Aromen und bekömmliche Zutaten, sucht nach erfolgreichen Rezepten für geeignete Gerichte, Copyright Rheinisches Industriemuseum, Foto: Jürgen Hoffmann

