

„Das war 'ne heftige Ausstellung!“

Die Publikumsbefragungen zur Dauerausstellung im Museum am Dom



Im November 2017 haben Marina Breitschaft, Anna-Sophie Karl, Lisa-Maria Rösch, Judith Schief, Sebastian Schmitt und Simon Schütz - Museumswissenschaftler der Universität Würzburg - teilnehmende Beobachtungen in der Dauerausstellung des Museums am Dom durchgeführt. Sie begleiteten Passantinnen und Passanten bei ihrem Ausstellungsrundgang und ermittelten Meinungen, Wünsche und Bedürfnisse. Diese können als Grundlage für zukünftige Verbesserungen dienen.

An einem kalten windigen Morgen stehen wir auf dem Domvorplatz. Ein Wetter bei dem man sich eigentlich in die warme Wohnung zurückwünscht. Doch wir sind guter Dinge, denn: Es ist das perfekte Museumswetter. Die guten Voraussetzungen nutzend wecken wir bei unterschiedlichen Menschen das Interesse, die Ausstellung zu besuchen und mit uns über ihre Empfindungen während des Besuches zu sprechen.

Die Methode nach der wir arbeiten wurde ursprünglich zur Gestaltung von Waren und Dienstleistungen entwickelt. Da die Gebrauchsfreundlichkeit maßgeblich die Nutzung mitbestimmt, werden mittlerweile unterschiedliche Techniken angewendet, um eben diese zu ermitteln und damit Produkte zu verbessern oder neu zu entwickeln. Eine dieser Methoden nennt sich „Design Thinking“ und wird seit einigen Jahren von der Professur für Museologie an der Universität Würzburg auf ihre Anwendbarkeit in der Ausstellungsgestaltung überprüft.

Zu den Teilnehmerinnen an diesem Tag gehörten auch zwei ältere Damen. Sie waren Teil der Gruppe von Probandinnen und Probanden, die von sich aus die Ausstellung besuchen wollen. Mit Begeisterung begaben die Damen sich in die Ausstellung und wurden von den Blickachsen zwischen Alt und Neu durch die Ausstellung gezogen. Sie gegenseitig und uns ihre Assoziationen mitteilend gingen sie von Kunstwerk zu Kunstwerk.

Faszination, Belustigung und Kritik wechselten sich in ihren Äußerungen ab. Besonders die Darstellungen des Leidens bewegten die Kunstliebhaberinnen. Auf die abschließende Frage nach dem Ausstellungseindruck antwortete eine der Damen: „Das war 'ne heftige Ausstellung!“.

Eine der Stärken unserer Herangehensweise war es, die subjektiven Empfindungen und deren Begründungen aufzeichnen zu können. Hierzu wurden Techniken aus der qualitativen Sozialforschung verwendet. Man beobachtete die zu untersuchenden Gruppen in gewissen Situationen und befragte sie nach den Motiven ihrer Handlungen. Aber anders als in vielen soziologischen Studien hielt man sich bei der „Design Thinking“ Methode nicht der Objektivität wegen zurück, sondern erlebte den Besuch aktiv mit. So ließen sich besser Emotionen nachvollziehen und Handlungsweisen direkt erfragen. Um der Gefahr der Beeinflussung nicht zu erliegen, wurden unterschiedliche Menschen befragt. Außerdem musste man sich selbst immer wieder bewusst machen, dass die Expertise bei der Deutung der Aussagen beim Publikum lag.

Wie schwierig dies in der Praxis durchzuführen ist, wurde uns bei vielen Befragungen deutlich. Problematisch war dabei nicht so sehr die Beeinflussung der Meinung der Probanden und Probandinnen von unserer Seite, sondern viel mehr deren Wunsch von uns Erklärungen zu erhalten. Häufig gestanden diese sich selbst nicht die Autorität zu, über die Aussage der Werke eigene Überlegungen anzustellen. Besonders fiel uns dies bei unerfahrenen Besucherinnen und Besuchern auf. Der Vergleich mit den selbstbewussteren Personengruppen zeigte uns einen der möglichen Gründe auf. Die meist älteren Personen wendeten Herangehensweisen an das Bild an, mit dem sie diesem eine persönliche Bedeutung zumessen konnten. Durch Vergleiche mit anderen Werken im Raum und dem freien Assoziieren – bei dem das Gesehene mit persön-



lichem Wissen verbunden wird – hat diese Gruppe den Werken einen eigenen Sinn gegeben.

So lautet eine der Anregungen für eine zukünftige Verbesserung, Hilfsmittel für diejenigen bereit zu stellen, die sich Unterstützung bei der Erschließung der Ausstellung wünschen. Solche und viele weitere Anregungen erhielten wir durch die Auswertung der Ergebnisse mit der Methode des Affinitätsdiagramms. Die grafische Darstellung aller Aussagen ist eines der Kernelemente des „Design Thinking“. Es ermöglicht schnell Problemfelder zu ermitteln und durch die Darstellungsform kreative Lösungen zu entwickeln.

Das Diagramm zeigt aber auch die Potentiale eines Produktes auf. Im Falle der Dauerausstellung des Museums am Dom ist es das Konzept der Konfrontation von neuer und alter Kunst. Diese Herangehensweise begeisterte die Menschen und regte zum Nachdenken über die Zeitlosigkeit mancher elementaren menschlichen Fragen an.

Simon Schütz