

---

23-1/2

März 2023

€ 16

ISSN 1015-6720

# neuesmuseum

die österreichische museumszeitschrift

---

Österreichische Post AG, FZ 23Z043708 L; Museumsbund Österreich, Mariahilferstraße 2, 8020 Graz

Herausgegeben von Museumsbund Österreich



**SCHWERES ERBE**  
NEUE KONTEXTE AUF ALTE SICHTWEISEN



1 —————> 7

1 EDITORIAL

4 JOURNAL

10 Jahre AUDIOVERSUM · Georg Hoffmann im HGM · kärnten.museum neu eröffnet · Harald Krejci im Mdm Salzburg · Marko Mele im Joanneum

8 —————> 45

SCHWERES ERBE

- 8 *Vanessa Spanbauer*  
Weiterdrehen reicht nicht, die Uhr muss aufholen
- 10 *Sophie Gerber*  
Neue Sichtweisen für technische Sammlungen
- 14 *Anna Jungmayr & Alina Strmljan*  
Uni im Bezirksmuseum – Stören als produktiver Prozess
- 18 *Katharina Walter & Gabriele Ultsch*  
Denkmal weiter. Eine Intervention am Bergisel in Innsbruck
- 22 *Monika Sommer*  
Hitler entsorgen
- 26 *Martina Zerovnik*  
Aus dem Schatten treten – Jüdisches Leben in Graz
-  *Julia Rausch*  
Interven – was?! Und wer? Ein Freilichtmuseum überarbeitet seine Dauerausstellung
- 30 *Heidrun Schulze & Ümit Mares-Altinok*  
Ein Objekt erzählt vielfältige Geschichten
-  *Christina Rajkovic & Lukas Sperlich*  
„Zu dir, zu mir, zu uns!“ Eine kollektiv kuratierte Ausstellung über die Diversität der postmigrantischen Grazer Stadtgesellschaft als Impuls für einen erweiterten Sammlungs-begriff
- 34 *Verena Teissl & Lisa Noggler*  
Transkulturelle und zeitgeschichtliche Semantisierungen von „Heimat(kulturen)“ für Einheimische und Gäste in Tiroler Museen
- 38 *Ines Méhu-Blantar & Angela Wieser*  
Kolonialismus heute?! Was hat das mit mir zu tun?
-  *Christiane Treichl*  
Dekolonialisierung im Pitt Rivers Museum in Oxford



46 —————> 79

SCHAUPLÄTZE

- 46 *Elisabeth Feinig*  
Stichprobe Klimaschutz
- 50 *Hemma Ebner, Andrea Dillinger & Eva Mayr*  
Visualisierung der Sammlungen der Salzburger Regionalmuseen
- 54 *Margarita Köhl, Sarah Schlatter & Jasmin Nussbaumer*  
Museumszukünfte ko-kreativ entwickeln – Potenziale partizipationsorientierter Aktionsforschung im Museumskontext
-  *Nicole High-Steskal & Angelika Zdiarsky im Gespräch mit Jürgen Schwingshandl*  
Das erweiterte Museum #fürAlle? Zur digital-analogen Visitor Journey einer blinden Person im Museum
- 58 *Matthias Pacher im Gespräch mit Jonathan Achtsnit, Monika Holzer-Kernbichler, Mona Jas & Julia Perschon*  
Add your own title!
- 66 **MUSEUMSGÜTESIEGELTRAGER**  
Amthofmuseum Feldkirchen · Nitsch Museum · Museum Horn · KTM Motohall · Militärluftfahrtmuseum Zeltweg · Eisenbahn Museum Südbahn Heizhaus · Das Untere Belvedere

80 —————> 104

- 80 MUSEUMS FOR FUTURE
- 82 APROPOS MUSEUM
- 84 AUSSTELLUNGS-KALENDER
- 102 IM NÄCHSTEN JAHR

Was sammeln? – Gegenwärtige Sammlungskonzepte (im digitalen Zeitalter) · Jüdisches Museum Wien: Interview mit Barbara Staudinger · Josephinum neu · 50 Jahre Nordico: Interview mit Andrea Bina

# Museumszukünfte ko-kreativ entwickeln – Potenziale partizipationsorientierter Aktionsforschung im Museumskontext

Margarita Köhl, Sarah Schlatter & Jasmin Nussbaumer  
Fachbereich Gestaltung, FH Vorarlberg, Dornbirn

*Museum? Da gehe ich nur im Urlaub hin. Museum ist langweilig und verstaubt. Was soll ich in einem Museum?*

Julia, Studentin, 20 Jahre

Zu Beginn des Forschungsprojektes „Neue Museumswelten“ wollten wir von Studierenden der Studiengänge Bachelor und Master InterMedia an der Fachhochschule Vorarlberg wissen, was sie mit dem Begriff „Museum“ verbinden. „Museum? Da gehe ich nur im Urlaub hin. Aber hier in Vorarlberg nicht“, war eine geläufige Aussage, die auf ein bestimmtes mentales Modell von Museum verweist. Viele Studierenden gehören also der Gruppe der Gelegenheits- oder Nichtbesucher:innen an. Wie sich in weiterer Folge herausstellte, handelt es sich dabei um eine durchaus heterogene Gruppe, die jedoch auch Gemeinsamkeiten aufweist: Alle Menschen, mit denen wir bisher im Zuge des Forschungsprojekts im Stadtraum, auf Events und im Museum sprachen, spielten und Zukunftsvisionen entwickelten, brachten ihre eigenen Bilder, Vorstellungen und Ideen zu Museen und möglichen Museumszukünften mit. Der Untersuchung genau dieser Bilder und Vorstellungen – der mentalen Modelle von Museum also –, widmet sich das von Interreg geförderte Forschungsprojekt unter Einbindung vielfältiger Perspektiven und Methoden aus Sozialforschung und Design. Es verfolgt den innovativen Weg, „Designerly Ways of Knowing“<sup>1</sup> von Beginn an konsequent in den Forschungsprozess zu integrieren, um anstrengswerte Museumszukünfte gemeinsam mit den Menschen auszuloten.

## Besucher:innenbeziehungen im Museum der Zukunft

Nicht erst angesichts der Digitalisierung gewinnen Fragen zur Zukunft des Museums, zu dessen Selbstverständnis und Positionierung, seinen Aufgaben und Funktionen und vor allem auch zu seiner Beziehung zu Besucher:innen und Nichtbesucher:innen an Bedeutung: Seit den 1970er-Jahren steht das „Museum der Zukunft“ mit sich wandelndem Fokus zur Diskussion. Aktuelle wissenschaftliche Befunde<sup>2</sup> zeigen, dass Vorstellungen von Museumszukünften besonders stark von Visionen der Partizipation/Teilhabe sowie Integration/Inklusion geprägt sind, welche mit einer zunehmenden Besucher:innenorientierung einhergehen. Diese Ausrichtung wird nicht zuletzt an der im September 2022 veröffentlichten neuen Museumsdefinition von ICOM<sup>3</sup> deutlich. Dieser Definition folgend, gehen die Funktionen und Aufgaben des Museums zunehmend über jene des Sammelns, Bewahrens, Ausstellens, Erforschens und

Vermitteln hinaus. Eine Erweiterung des Aufgabenspektrums kommt in aktuellen Diskursen besonders deutlich zum Ausdruck: Insbesondere die Digitalisierung bringt neue Chancen, mit zuvor unerreichten Besucher:innengruppen in Kontakt zu treten und durch digitale Formate das Besucher:innenerlebnis erweitern zu können. Museen können als Labore der Netzwerkgesellschaft fungieren, wo Erfahrungen ermöglicht werden, neues Wissen geschaffen und ausgetauscht wird. Angesichts gesellschaftlicher Transformationsprozesse wie der steigenden Fragmentierung, die sich in der Bildung von Echokammern und Filterblasen im digitalen Raum niederschlägt, können Museen als Orte der Verständigung und Begegnung die Herstellung von Öffentlichkeit und Gemeinsamkeit aktiv unterstützen.

Wie können Museen (also) ihre gesellschaftliche Relevanz noch stärker entfalten und was braucht es, damit Museen (tatsächlich) Einrichtungen für alle sein können?

## Design Futuring als Denk- und Formgebungswerkzeug

Design Futuring<sup>4</sup> bezeichnet eine Vorgangsweise, bei der Perspektiven und Methoden des Designs dafür eingesetzt werden, Zukunftsszenarien zu entwickeln, diese erlebbar und diskutierbar zu machen, um Strategien zu erarbeiten.

Ausgehend von der Auseinandersetzung mit aktuellen Diskursen zur zukünftigen Entwicklung von Museen, wurden sechs verschiedene Szenarien mithilfe der 2x2-Matrixtechnik skizziert. Das Diskursfeld wurde dafür anhand der Achsen „Verortung“ und „Beteiligung“ aufgespannt. Diese beiden Kontinua wurden gewählt, da sie in kulturpolitischen Debatten zum Zusammenhang von Positionierung und Besucher:innenansprache als zentral identifiziert wurden.

Die vertikale Achse der Verortung gibt an, ob der Schwerpunkt eines Museums, einer Ausstellung oder eines Angebots innerhalb des physischen Raumes des Museums liegt oder nach außen in die Stadt und/oder in den digitalen Raum übergeht. Die horizontale Achse gibt den Grad der Beteiligung an. Sie beginnt bei der Top-Down-Vermittlung von Inhalten und reicht bis hin zu Citizen Power (Subsidiarität), nach Sherry Arnstein's 1969 veröffentlichtem Ladder Of Citizen Participation der höchste Grad an Beteiligung und Partizipation.<sup>5</sup> In diesem Zusammenhang spricht Nora Sternfeld<sup>6</sup> von

MACH MIT! MUSEUM,  
Lange Nacht der Forschung, 2022  
FOTO: SARAH SCHLATTER



Museumswalks und  
Card-Sorting,  
vorarlberg museum,  
2023  
FOTO: SARAH SCHLATTER



einem Perspektivwechsel, „der einen Unterschied macht, [sic!] [dieser] zielt auf die gesamten Spielregeln und nicht bloß auf die Möglichkeit, mitzuspielen: auf die Definitionsmacht über das Sichtbare. [...] Was also auf dem Spiel steht, sind die Spielregeln selbst“. Um die Szenarien erlebbar und diskutierbar zu machen, wurden die sechs Szenarien in Illustrationen übersetzt.

Obwohl jede Übersetzung Unschärfen bringt, erweisen sich Bilder aufgrund ihrer Indexikalität und ihres affektiven Potenzials<sup>7</sup> als besonders geeignet, um zu reichhaltigen Erzählungen zu animieren.

Dem Prinzip der *Photo-Elicitation*<sup>8</sup> folgend, wurden die Illustrationen schließlich Menschen in unterschiedlichen Settings zur Bewertung vorgelegt, um Assoziationen dazu anzuregen.

Die Wirkung der darauf ausgestellten Räume und Interaktionsgrade konnte bereits bei der Langen Nacht der Forschung im Mai 2022 getestet werden.

Schließlich wurden die Illustrationen in ein Card-Sorting-Set integriert, welches im Rahmen von „Future(s) Workshops“ eingesetzt wird, um Besucher:innen, Nichtbesucher:innen, Museumsmachende und andere Stakeholder in die Entwicklung eines idealtypischen „Museums der Zukunft“ einzubinden: Welchen Prämissen folgt es? Wie tritt es mit den Menschen in Kontakt? Wie verortet es sich in der Gesellschaft? Wie gestaltet es seine Beziehungen zu den Menschen?

## Partizipationsorientierte Aktionsforschung im Museumskontext

Im Zusammenhang mit diesen Fragen gewinnt neben der Auseinandersetzung mit den Motivationen von Besucher:innen vor allem mit jenen der Nichtbesucher:innen an Bedeutung. Die Gründe für die fehlende Besuchsmotivation sind sehr vielfältig. Zudem gilt es, eine mangelnde Besuchsmotivation (basierend auf schlechten Erfahrungen, divergierenden persönlichen Interessen, dem sozialen Umfeld, der Sozialisation und Vorbildung) von einer grundsätzlich vorhandenen Besuchsmotivation (mangelnde Information, Kosten, fehlende Zeit, fehlende Begleitung) zu unterscheiden<sup>9</sup>. Bei beiden Motivationstypen spielen mentale Modelle, im Sinne von inneren Bildern, Werten und Wissensbeständen, eine ausschlaggebende Rolle im Rahmen von Entscheidungsprozessen, auch was den Museumsbesuch betrifft<sup>10</sup>.

Um zu verstehen, welche mentalen Modelle Menschen mit dem Museum assoziieren und inwiefern sich diese auf ihre Entscheidung für oder gegen einen Besuch auswirken, wurden qualitative und quantitative Erhebungsmethoden (etwa Publikums- und Bevölkerungsbefragung) in Kombination mit ko-kreativen und partizipationsorientierten Methoden genutzt, um mit unterschiedlichen (Nicht-) Besucher:innentypen – etwa mit Familien, Kindern, Jugendlichen, älteren Menschen – in Kontakt zu treten.

Beim „Mach mit! Museum“, das gemeinsam mit Studierenden der Studiengänge Master und Bachelor Intermedia für die Lange Nacht

der Forschung im Mai 2022 eingerichtet wurde, wurden Möglichkeitsräume spielerisch erkundet: Mithilfe von Zeichenutensilien, Schreibwerkzeug und Medien-Equipment brachten rund 750 Museumsbesucher:innen und 50 Nicht-Museumsbesucher:innen jeden Alters ihre Wünsche und Vorstellungen ein, was ein Museum sein könnte und bestimmt nicht sein sollte. Die Produktion eigener Bilder ermöglichte den Teilnehmenden den Ausdruck ihrer Vorstellungen und die Reflexion der eigenen im Vergleich zu anderen Positionen.

Als weitere Möglichkeit, niederschwellig mit diversen Nichtbesucher:innen in den Dialog zu treten, wurde ein mobiler Begegnungsort in Form eines umgebauten Möbels konzipiert. Das Möbel hat auch die Funktion, eine Verbindung zwischen dem Innen- und Außenraum des Museums herzustellen.

Im Stadtraum bleiben viele Personen neugierig stehen, um die angehefteten Sprüche zu lesen oder fragen nach, wie mitgemacht werden kann. Auf der Ladenfläche des Möbels liegt das Card-Sorting-Set bereit: „Wie stellen Sie sich ihr Museum der Zukunft vor?“, ist die Frage, auf die sie mit einer Auswahl von neun der 27 Karten antworten können. Im anschließenden Gespräch wird nach den Gründen der Auswahl gefragt und zu einem kostenlosen begleiteten Museumsbesuch eingeladen.

## Ausblick: Toolbox für Museumsmachende

Insgesamt stellen die gesammelten Ideen sowohl empirische Daten als auch einen wertvollen Fundus für Museen dar, um sich mit Diskursen zu Teilhabe, Inklusion, Partizipation und Communitybuilding auseinanderzusetzen und am eigenen Programm sowie an der eigenen Haltung weiterzuarbeiten.

Wie können die Bilder, Vorstellungen und Ideen der Nichtbesucher:innen mit den Zielsetzungen der Museumsmachenden in Dialog gesetzt werden?

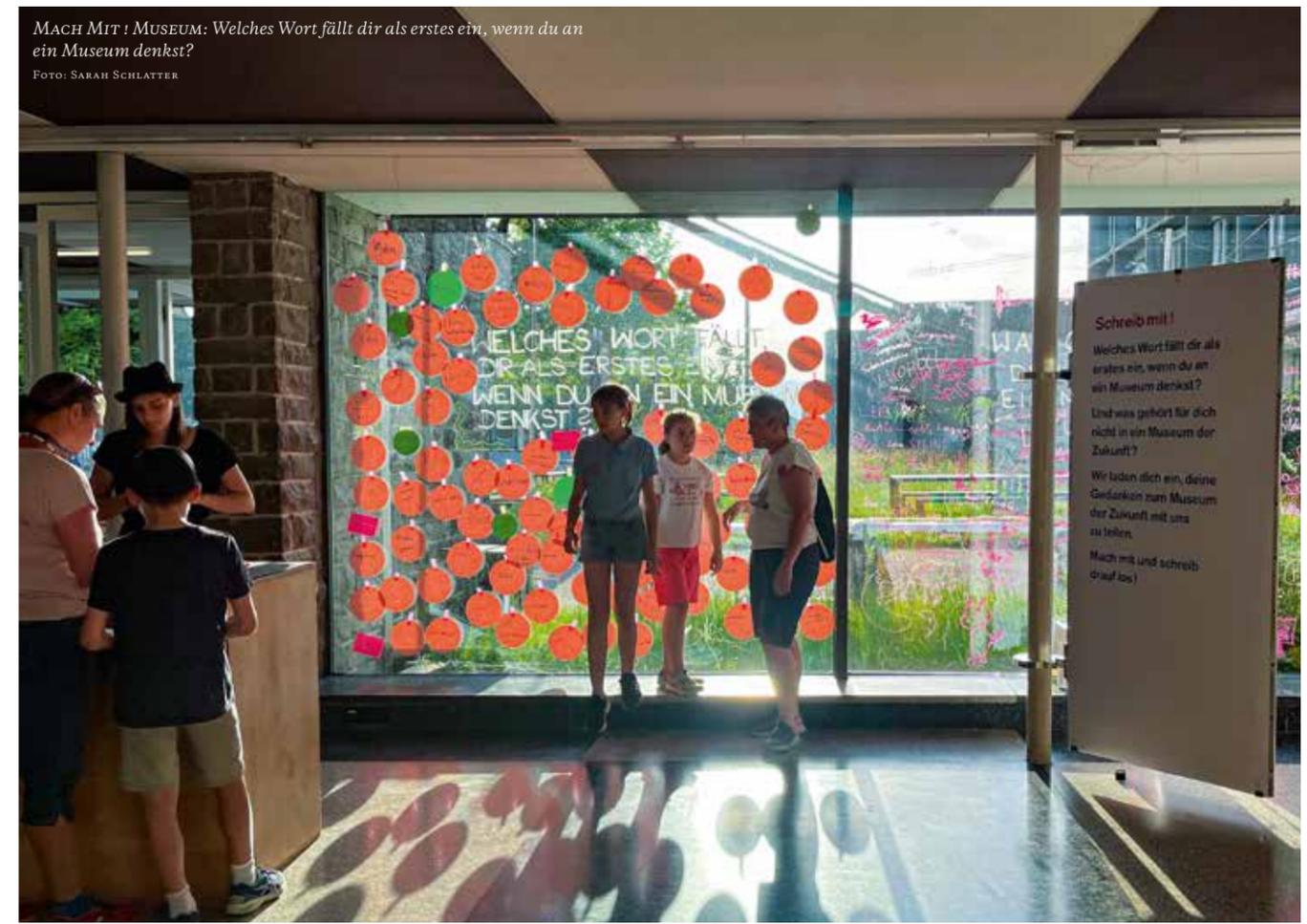
Hier ist es die Vision des Forschungsprojektes, vermittelnd eine Toolbox zu entwerfen, die Museen dabei unterstützt, ihre eigene aktuelle und zukünftige Positionierung zu verhandeln und dabei im ständigen Austausch mit unterschiedlichen Besucher:innen-Typen zu bleiben.

Integriert werden auch Methoden, die eine vielfältige und niederschwellige Ansprache diverserer Besucher:innengruppen und eine Überprüfung der Treffsicherheit bestehender Maßnahmen ermöglichen. Die Toolbox könnte der Ausgangspunkt für die Etablierung einer Museumspraxis sein, die auf Community Building und partizipativer Wissensgenerierung basiert und die Anbindung an die Lebenswelt der Menschen als zentralen Wert betrachtet.

Dem Modell von *Open Authority*<sup>11</sup> folgend, könnten sich Museen durch eine an Designprozessen orientierte iterative, transparente und offene Arbeitsweise als Verhandlungsräume der Zukunft positionieren.

Über die Ergebnisse des Forschungsprojekts berichten wir in einer weiteren Ausgabe des neuen museums im nächsten Jahr. ■

MACH MIT! MUSEUM: Welches Wort fällt dir als erstes ein, wenn du an ein Museum denkst?  
FOTO: SARAH SCHLATTER



## Anmerkungen

- 1 Nigel Cross, „Designerly ways of knowing“, in: *Design Studies* 3 (1982), 4, S. 221-227.
- 2 Evelyn Fränzl, *Von der Heterotopie zur Utopie des Museums (und zurück) Eine diskursanalytische Darstellung von Museumsutopien im deutschsprachigen Raum-mit Fokus auf Österreich*, Dissertation, Wien 2021.
- 3 Vgl. *Die neue Museumsdefinition*, <http://icom-oesterreich.at/page/die-neue-icom-museumsdefinition> [10.1.2023].
- 4 Benedict Groß, Eileen Mandir, *Zukünfte gestalten. Spekulation. Kritik. Innovation. Mit Design Futuring Zukunftsszenarien strategisch erkunden, entwerfen und verhandeln*, Mainz, 2022.
- 5 Sophie Nakashima, Chiara Del Gaudio, *Museum and exhibit design: „How forms and places of knowledge exchange influence community participation and empowerment“*, in: Dan Lockton, Sara Lenzi, Paul Hekkert, Arlene Oak, Juan Sádaba, Peter Lloyd (Hg.), *DRS 2022*, Bilbao, 2022, S. 5.
- 6 Nora Sternfeld (Hg.): *Das radikaldemokratische Museum*, Edition Angewandte, De Gruyter, Wien, 2018, S. 77.
- 7 Margarita Köhl, Gerit Götzenbrucker, „Bilder als Affektgeneratoren: Eine transkulturelle Studie zur bildlichen Verhandlung von Nähe und Distanz in Social-Media-Umgebungen“, in: Cornelia Brantner, Gerit Götzenbrucker, Katharina Lobinger, Maria Schreiber (Hg.), *Vernetzte Bilder/Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien*, Herbert von Halem Verlag, Köln 2020, S. 64-89.
- 8 Douglas Harper, „Talking about pictures: A case for photo elicitation“, in: *Visual Studies*, Vol. 17, No.1, (2002), S. 13-26.
- 10 Robin S. Greiner, Dana Dudzinska-Przesmitzki, „A Conceptual Model for Eliciting Mental Models Using a Composite Methodology“, in: *Human Resource Development Review* 14 (2015) 2, S. 163-184.
- 11 Lori Byrd Phillips: *The Temple and the Bazaar*, „Wikipedia as a Platform for Open Authority in Museums“, in: *Curator. The Museum Journal*, Vol. 56 (2013) No. 2, S. 219-235.“