

Zehn-Punkte-Katalog für

BESUCHERGERECHTE UMWELT- AUSSTELLUNGEN

- **Erstens:** Lassen Sie **Menschen sprechen und ermöglichen Sie Dialoge!** Nutzen Sie jede Möglichkeit, den Besuchern Ihrer Ausstellung auch personale Vermittlung anzubieten, wobei der Mensch als Ansprechpartner und Erzähler gefragt ist, nicht als Wissensautomat.
- **Zweitens:** **Zeigen Sie den Besuchern/innen reale Dinge** (z.B. originale Geräte und Ausstattung eines Vogelwarts) **und wirkliche Natur;** "verleiten" Sie dadurch zum Betrachten und Erkunden von etwas Realem, erst danach zur Auseinandersetzung mit Informationen, Diagrammen und Erklärungen. Was optisch wahrgenommen wird, prägt sich tiefer ein, als was nur erklärt wird. Oft bringen wir erst auf Grund der Wahrnehmung von Realem die Neugierde und Aufmerksamkeit mit, um Erklärungen überhaupt zu rezipieren.
- **Drittens:** Geben Sie den Besuchern **etwas zu tun und zu erproben!** Die große Chance von Ausstellungen im Medienzeitalter ist, tatsächlich **interaktive Angebote** zu machen (vs. „Scheininteraktivität“ auf Monitoren, bei der doch nur vorgegebene Programmalternativen angeklickt werden!). Wer wirklich etwas tut, engagiert sich für ein Thema und **behält erheblich mehr im Gedächtnis**. Aber: Vermeiden Sie dabei didaktische Tricks, die Aktivität muß einen Sinn für sich haben (oder der Trick muß wenigstens witzig sein..!), sonst erlahmt das Interesse schnell!
- **Viertens:** **Vermeiden Sie wissenschaftliche Einspurigkeit!** Ein Thema hat viele Facetten, neben der Fachinformation und Fachsystematik können Erfahrungsberichte, alltägliche Ereignisse, Märchen und Mythen, „Zeitreisen“, künstlerische Darstellungen und witzige Interpretationen stehen. **Holen Sie die Besucher dort ab, wo sie stehen** - ein Tourist erfährt einen Badensee zunächst einmal als Ausflugsziel, nicht als Rückzugsgebiet für bedrohte Tierarten. Also: Behandeln Sie das Thema aus der Sicht eines Badegastes!
- **Fünftens:** **Besucher brauchen Orientierungshilfen**, schaffen Sie also ein über die gesamte Ausstellung durchgehaltenes Ordnungs- und Leitsystem. Wie dieses System aussieht, kann sehr unterschiedlich sein, nur **konsequent** sollte es sein und **Elemente der Wiedererkennung** enthalten. Aber: Ordnung braucht nicht langweilig zu sein! Nutzen Sie die Chance eines klaren Ordnungssystems: Sie können nun ruhigen Gewissens eine farbige Vielfalt schaffen oder sogar verrückte Ideen umsetzen, ohne Sorge haben zu müssen, den Besucher endgültig zu verwirren.
- **Sechstens:** **Enttäuschen Sie Erwartungen!** Überraschen Sie die Besucher mit Durchblicken, schrägen Ebenen, Spiegeln, Klappvorrichtungen, Schubladen, Tastkisten, systematischen „Mißbrauch“ von gewohnten Gegenständen (das sprechende Auto, die Natur im Buch, Vogelgezwitscher in der Telefonzelle etc.).
- **Siebtens:** **Lernen Sie von Disneyland** – machen Sie **kindgerechte Angebote!** Interaktive Ausstellungsteile müssen natürlich auch für Kinder bedienbar sein; in der Ausstellung selbst oder in speziellen Räumen/ Ecken sollte besonders auf kindliche Erkundungs- und Spielbedürfnisse eingegangen werden. Schaffen Sie eigene Welten, Kinder brauchen Erlebnisse (z.B. ein begehbare Herz, einen „Unterwasserraum“, eine Mitbaustadt etc.), hier gibt es sehr viel von den derzeit überall entstehenden Kindermuseen zu lernen. Nur eine kindgerechte Ausstellung ist wirklich besucherorientiert, denn sie schafft eine fröhliche Atmosphäre und entlastet die Eltern.

- **Achtens: Haben Sie Mut zur Lücke!** Konzentrieren Sie die Ausstellung auf Beispiele und schaffen Sie Ruheräume! Sie werden ohnehin niemals „alles Wichtige“ mitteilen können! Geben Sie den Besuchern eine Chance, das Gesehene und Erfahrene zu verarbeiten (z.B. in Lesecken, durch Großfotos, Installationen und Ausblicke in die freie Natur (falls möglich..), die einfach nur schön und entspannend sind.
- **Neuntens: Zeigen Sie, daß die Ausstellung etwas mit dem alltäglichen Leben der Besucher zu tun hat.** Geben Sie dem Besucher eine Chance, sich selbst in der Ausstellung wieder zu finden. Aber: Wenn Sie das tun, dann klagen Sie nicht an! Denn was den Alltag der Besucher bestimmt (mit dem Auto zur Arbeit fahren) ist wichtig für ihn. Ein Angriff darauf mobilisiert zunächst v.a. Abwehr! Die Darstellung von Problemen (z.B. Lärmbelastung durch die Autos) erfordert Aufzeigen von Alternativen (oder wenigstens von Argumenten, die auch für das eigene Verhalten sprechen).
- **Zehntens: Nehmen Sie die Besucher ernst!** Er ist keinesfalls das „Mängelwesen“, das durch die Ausstellung gebessert werden muß. Sondern er oder sie sind Menschen mit eigenem Standpunkt. Vermeiden Sie den Eindruck, daß es „richtige“ Positionen gibt (nämlich die hier in der Ausstellung), und „falsche“, nämlich die der Besucher. Lassen Sie Pro und Contra zu Wort kommen! Fragen Sie die Besucher, holen Sie ihre Meinung ein, geben Sie ihnen dadurch die Möglichkeit, sich (positiv) in der Ausstellung wieder zu finden.

AfeB/ 2000 Nachdruck gegen Quellenangabe gestattet

Mail: info@arbeitsgruppe-heidelberg.de