

MUSEUM 17|1

Nr. 28 6,80 € Frühling 2017



M

MAGAZIN  
MUSEUM.DE



 [museum.de](http://museum.de) 

Das Benaki Museum, Athen

## Projekt

Das HBPG plant die Neukonzeption seiner Dauerausstellung „Land und Leute. Geschichten aus Brandenburg-Preußen“ (eröffnet 2003). In diesem Zusammenhang hat sich das Haus entschieden, eine Front-End-Evaluation durchführen zu lassen, um zu prüfen, ob die Leitgedanken aus dem Konzept die Zielgruppen erreichen können. Durch diese frühe Einbeziehung des Publikums können die Ergebnisse in die Konzeption und Planung einfließen.

Ziel war es, die Besucher besser kennenzulernen, mehr über Vorwissen, Interessen und Erwartungen zu erfahren sowie Wünsche und Bedürfnisse der Besucher im neuen Konzept berücksichtigen zu können. Darüber hinaus sollten die Ergebnisse vorheriger Befragungen, insbesondere Daten zur Besucherstruktur, überprüft und ergänzt werden.

Ausgearbeitet wurden daraufhin Fragebögen für leitfadengestützte Interviews sowie die schriftliche Befragung. Sie richteten sich in diesem Schritt an erwachsene Einzelbesucher und enthielten sowohl quantitative Fragestellungen (wie demografische Daten oder Angaben zur Erschließung der Ausstellung) als auch



qualitative (bspw. mit Freitext zu beantwortende Fragen zu den eigenen Interessen). Im Befragungszeitraum von etwa 6 Wochen wurden mehr als zehn Prozent der Dauerausstellungsbesucher desselben Zeitraums befragt.

## Exemplarische Ergebnisse – zwei Aspekte

**Erkenntnisinteresse:** Da das Haus über keine eigene Sammlung verfügt, die in klassischen Museumsausstellungen Schwerpunkte setzt, auf der anderen Seite die Geschichte Brandenburg-Preußens eine Zeitspanne von über 900 Jahren umfasst, stellte sich die Frage, wie das Thema sinnvoll einzugrenzen wäre. Muss beispielsweise das Mittelalter, für das es wenig ausstellbare Zeugnisse gibt, ausführlich präsentiert werden? In welchem Rahmen sind aktuelle oder Zukunftsthemen für die Ausstellung – über die Nutzung durch Schulklassen hinaus – wichtig?

Oben: Kinder in der Ausstellung „Land und Leute“ im Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, Potsdam 2007. Foto: Hagen Immel / HBPG

Links: Ausstellung „Land und Leute. Geschichten aus Brandenburg-Preußen“ Reformation. Foto: christian.bimm.coers / HBPG

Rechte Seite: Ständige Ausstellung „Land und Leute. Geschichten aus Brandenburg-Preußen“. Stadtmodell Potsdam. Foto: christian.bimm.coers / HBPG



Und in welcher Weise stellt man diese Geschichte aus – in chronologischer Manier oder anhand von Themen?

Die Befragung der Besucher sollte hier, ergänzend zu den wissenschaftlich-konzeptionellen Vorüberlegungen, Entscheidungshilfe leisten.

**I. Orientierung und Überblick:** Die Ergebnisse zeigen, dass auch Besucher mit ausgeprägtem Vorwissen (und insgesamt etwa die Hälfte der Probanden) sich in der Ausstellung eine Überblicksdarstellung in Bezug auf geschichtliche und politische Zusammenhänge, aber auch auf kulturelle Entwicklungen wünschen. Etwa ein Viertel der Befragten äußerte darüber hinaus den Wunsch, sich räumlich (z.B. durch Modelle o.ä.), in historischen Abläufen und Zusammenhängen (bspw. Verweise auf das gleichzeitige Geschehen in Europa) orientieren zu können.

In Bezug auf das Medien-Angebot ist der Bedarf an *Stadt- und Landkarten* sehr ausgeprägt (über zwei Drittel der Befragten) und weist so ebenfalls auf das Bedürfnis nach Orientierung hin.

## Die Front-End-Evaluation:

Sie ist ein Werkzeug zur strategischen Planung von Ausstellungen, mit dessen Hilfe im Vorfeld die zielgruppenrelevanten Informationen abgefragt werden können, um sich zu vergewissern, dass Ausstellung und Besucher „dieselbe Sprache sprechen“. So lassen sich Inhalte und sinnvolle Botschaften einer Ausstellung sowie die erfolgversprechenden Vermittlungsmethoden passgenau planen und kostenintensive, ggf. für viele Jahre unveränderliche Fehlplanungen vermeiden. Dem Zweck entsprechend sollte diese Art der Besucherbefragung erfolgen, wenn ein erstes Vorkonzept bereits vorliegt, dieses jedoch noch maßgebliche Änderungen zulässt, somit also die Ergebnisse fruchtbar eingearbeitet werden können.

Die Daten können je nach Erkenntnisinteresse und Komplexität bzw. Informationstiefe durch Befragungen – schriftlich oder in leitfadengestützten Interviews – oder auch Workshops

mit Fokusgruppen erhoben werden. Mögliche Aspekte wären Vorwissen und Interessen der Zielgruppe, Besucherstrukturdaten, Erwartungen und Wünsche oder Bedürfnisse in Bezug auf die zukünftige Ausstellung, Themensammlungen u.a.m.

In einem zweiten Schritt muss der Prozess fortgesetzt werden, nur dann ist eine Front-End-Evaluation sinnvoll. In einem Weiterentwicklungsworkshop kann erarbeitet werden, wie die Ergebnisse in die Konzeption einfließen können und sollen, ob diese Daten ausreichend sind oder noch weitere Informationen eingeholt werden müssen.

Wenn es, wie in diesem Fall, um die Neukonzeption einer laufenden Ausstellung geht, kann diese zur Untersuchung und zum Vergleich herangezogen werden sowie im Anschluss an die Evaluation ggf. den Raum für Testläufe in Form von einfachen Mock-Ups bieten. Diese Konstellation ist ein Glückfall für eine nachhaltige Untersuchung.



Dieser großartige Schatz an Ideen kann nun als eine Art Brainstorming genutzt und weiterentwickelt werden. In einem nächsten Schritt müssen auf diese Ideensammlung der eigene Auftrag sowie die Potentiale des Hauses angewandt werden. Dies kann innerhalb eines Workshops ergänzt durch externe Experten geschehen. Danach sollte das Haus erneut an seine Besucher herantreten, um abzufragen, weitere Themen zu sammeln, sie näher zu spezifizieren und einzugrenzen, und sie schließlich auf eine repräsentative Basis zu stellen.

Durch diese verzahnte Arbeit mit den Zielgruppen können einerseits feste Bindungen zu den Besuchern aufgebaut, andererseits sichergestellt werden, dass die fertige Ausstellung dann auch die gewünschten Botschaften an die Zielgruppen vermittelt.

#### Schlussbemerkungen

Mit dieser Evaluation wurde ein sehr gewinnbringender erster Schritt getan. Es wurden Antworten auf konzeptionelle Fragen und Grundlagen für Entscheidungen ermittelt sowie ein Pool an Themen für die inhaltliche Ausgestaltung der neuen Ausstellung sichtbar. Mit dem Aspekt „Orientierung“ wurde eine unbewusste Problemstellung aufgedeckt und Lösungsansätze im selben Zuge generiert.

Nun wird es darum gehen, die gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen und näher zu ergründen. Geeignete Werkzeuge hierfür sind ein Weiterentwicklungsworkshop sowie im Anschluss daran in diesem Fall sicher auch zusätzliche, ggf. ausführliche, Interviews mit den Zielgruppen oder weiterführende schriftliche Befragungen, aber auch Beobachtungen in der Ausstellung und das unbedingte Einbeziehen des Wissens, das vor Ort bereits existiert – Aufsichten und Kassenpersonal als direkte Ansprechpartner für die Besucher, Besucherbücher.

In einer Nichtbesucher-Befragung können die Zielgruppen der jüngeren Generationen, die vermehrt angesprochen werden sollen, umfangreich untersucht werden.

Oben: Schüler beim Projekttag „Ein Tag in Potsdam“ „Auf den Spuren brandenburgisch-preußischer Geschichte“. Foto: Hagen Immel / HBPG

Fragen zur Nutzung der laufenden Ausstellung zeigen: Die Probanden haben sich, trotz offener und zum Flanieren kreuz und quer im Raum anregender Gestaltung, die Ausstellung zu nahezu 100% über den Rundgang erschlossen. Ihr Weg wurde also nicht durch visuelle Reize (weithin sichtbare, ansprechende Exponate oder Auffälligkeiten) bestimmt. Wenngleich Originalobjekte von überragender Bedeutung für die Befragten waren.

Dem Bedürfnis nach Orientierung und Überblick muss sowohl in Struktur und medialer Umsetzung der Ausstellung wie auch in der Darstellung der Themen Rechnung getragen werden. Es lassen sich Lösungsansätze in der laufenden Ausstellung in einfacher Variante schon einmal testen. Eine Evaluierung kann diese Tests unterstützen und eine denkbar günstige Voraussetzung für künftige Ausstellungen schaffen. Auch eine Beobachtung des Besucherverhaltens in der Ausstellung kann weitere hilfreiche Informationen erbringen.

**II. Thematische Interessen:** Dieser Fragenblock begann mit den Epochen, für die über eine Skala das eigene Interesse eingestuft werden sollte. Trotz der vielen anderen Orte in der Umgebung, an denen Preußische Geschichte zu erfahren ist (u.a. die „Preußischen Schlösser und Gärten“), erzielte die „Preußische Monarchie“ das bei weitem höchste Interesse. Danach folgten die älteren Zeitabschnitte bis einschließlich zur „Weimarer Republik“.

Auch das Mittelalter, für das es nur wenige Zeugnisse in einer solchen Ausstellung geben kann, ist für über die Hälfte der Probanden interessant und steht damit an zweiter Stelle. Die neueren Phasen ab der „Zeit des Nationalsozialismus“ wurden als deutlich weniger interessant eingestuft.

Hier gilt es nun zu entscheiden, ob grundsätzlich einzelne Themen reduziert oder gänzlich ausgespart werden können, oder ob gerade die „unbeliebteren“ Themen durch ungewöhnliche Fragestellungen oder innovative Gestaltung neu präsentiert werden sollen, um das Besucherinteresse zu mehrten. Das Mittelalter wird durch das bekundete große Interesse sicherlich auch weiterhin einen wichtigen Raum in der Ausstellung einnehmen.

Nachfolgend wurden zur Vertiefung offene Fragen gestellt, für die eine Antwort als Freitext vorgesehen war. Das Spektrum der Antworten war auch hier sehr weit – teils selbstverständlich, teils überraschend speziell. Neben Nennungen aus Kategorien, wie „Leben und Alltag in verschiedenen Gesellschaftsschichten“, „Herrschaftsgeschichte“ oder „Wirtschaft, Handel und Verkehr“, erbrachten die Ergebnisse eine Vielzahl an einzelnen Nennungen, so etwa „die Entwicklung von Klöstern und Kirchen“, „Tourismus und touristischer Ausbau“, „Reformen, Wissenschaft und Forschung“ oder „Slawisch-Brandenburgische Konflikte“.

Welche Wünsche und Erwartungen haben sie beispielsweise an eine Ausstellung zur Landesgeschichte, und welches Vorwissen ist vorauszusetzen? Hier muss auch noch einmal berücksichtigt werden, dass ggf. andere Seh- und Wissensaneignungs-Gewohnheiten vorherrschen.

Eine Evaluation in dieser frühen Phase der Ausstellungsplanung kann entscheidend dazu beitragen, die Ausstellung auf die Besucher hin zu konzipieren, statt an den Zielgruppen vorbeizudenken, und kann somit kostenintensive Fehlplanungen zu vermeiden.

„Besucherbefragungen stellen ein wichtiges Instrument dar, um die konzeptionellen Planungen für die für das Jahr 2020 geplante, neue Dauerpräsentation in unserem Haus auf die Interessen unseres Publikums hin zu überprüfen. Zur Vermittlung von Landeskultur und Landesgeschichte soll künftig die ständige Präsentation noch enger mit Bildungsveranstaltungen, Workshops, aktuellen Kabinettpäsentationen und medienpädagogischen Ansätzen verknüpft werden. Gerade bei einer solchen offenen, innovativen und dynamischen Form musealer Bildungsarbeit besteht die Gefahr, die formulierten Primärinteressen des Publikums aus den Augen zu verlieren: ein anschaulicher, mit faszinierenden Originalen bestückter „Grundkurs“ über die geschichtliche Kulturlandschaft Brandenburg“ so Dr. Kurt Winkler, Direktor des Hauses für Brandenburgisch-Preußischen Geschichte.

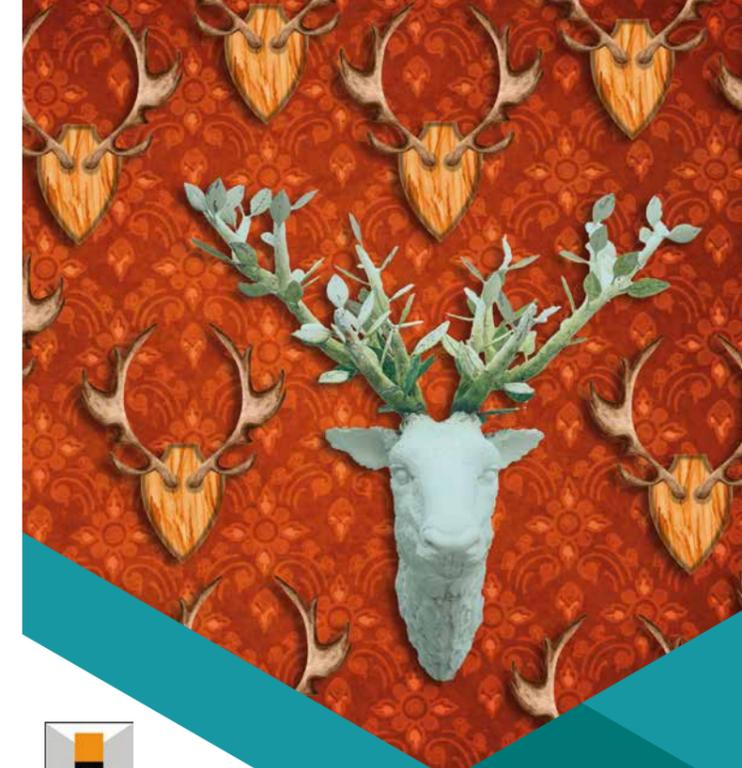
„Aber es gibt auch Konflikte zwischen Publikumserwartungen und Bildungszielen: Wie soll man mit dem Wunsch umgehen, sich vom Mittelalter und von der preußischen Zeit faszinieren zu lassen, weniger aber über die Verfolgung, die Kriege, die Diktaturen des 20. Jahrhunderts wissen zu wollen? Hier muss ein Haus der Geschichte Besucher auch an schmerzliche Themen heranführen und kann sich nicht auf ein wohlfeiles Marketing positiv besetzter Klischees zurückziehen.“

Das wird nun unsere weitere Arbeit mit den Ergebnissen der Evaluation bestimmen.“

Alle Fotos, wenn nicht anders angegeben: © Nicola Janusch



**Autorin, museum.de:**  
Nicola Janusch, Kulturmanagerin und Kommunikation museum.de, Berlin



Besuchen Sie uns auf der Exponatec Cologne vom 22.-24.11.2017!  
Halle 03.2  
Stand C-070

## DAS BESONDERE. UNSER STANDARD!

ArchibALD plant, entwickelt und liefert individuelle Depoteinrichtungen. Ob Regalsysteme für unterschiedlichste Anwendungen, Zugwandsysteme für die Lagerung von Gemälden oder Schränke für Ihr Schaudapot, unser breites Produktportfolio bietet Lösungen für alle Bereiche. Erfahren Sie mehr: [www.archibald-regalanlagen.de](http://www.archibald-regalanlagen.de)

**ARCHIBALD**   
REGALANLAGEN

Archivierungssysteme  
Bibliotheksregale  
Archivregale  
Lagerregale  
Depotsysteme für Museen