

## Das Museumsobjekt: Aura und Authentizität?

Roman Weindl: *Die „Aura“ des Originals im Museum. Über den Zusammenhang von Authentizität und Besucherinteresse.* – Bielefeld : Transcript, 2019. – 332 Seiten : Illustrationen, Diagramme. – (Edition Museum; 38). – Dissertation, Universität Passau, 2019. – ISBN 978-3-8376-4820-1; 44,99 EURO

Erscheint auch als Online-Ausgabe unter ISBN 978-3-8394-4820-5; 44,99 EURO



Die Arbeit von Roman Weindl behandelt zwei zentrale Aspekte des originalen Objekts im Museum, seine Aura und seine Authentizität. Aura ist nach Walter Benjamin ein „sonderbares Gespinnst von Zeit und Raum, Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“ (S. 13). Authentizität ist „das Ergebnis einer Überprüfung der Echtheit des jeweiligen Gegenstandes“ (S. 94). Auch wenn diese Konzepte recht gegensätzlich erscheinen, so hängen sie doch weitaus enger zusammen, als man zunächst vermuten würde.

In der Einleitung behandelt Weindl die Konzepte Authentizität, Echtheit und Originalität, wobei er auf das Semiophoren-Konzept von Krzysztof Pomian zurückgreift. Außerdem setzt er sich intensiv auseinander mit der Rückbesinnung auf die Dinge und ihre Anmutungsqualität, wie sie Gottfried Korff propagiert, der auf dem Aura-Konzept von Walter Benjamin aufbaut und es für die museologische und geschichts-

wissenschaftliche Diskussion nutzbar macht. Hier ist anzumerken, dass Benjamins Aura-Konzept bezüglich seiner argumentativen und logischen Schlüssigkeit seit einigen Jahren auch durchaus kritisch betrachtet wird (siehe z.B. Hennion & Latour 2003).

Weindl setzt die Rückbesinnung auf die Dinge in den Kontext der bildungspolitischen Öffnung der Museen mit dem Fokus auf Museumsdidaktik und der Ausrichtung an den Objekten. In diesem Zusammenhang erfährt die Aura einen Aufschwung und wird quasi zum Alleinstellungsmerkmal musealer Vermittlung, wobei sich interessanterweise der Begriff der Aura nicht allein auf die Kunstmuseen beschränkt, wie ausgehend von Walter Benjamins Kunstwerk-Aufsatz (1936) zu vermuten wäre, sondern auch in historischen Museen häufig gebraucht wird. Allerdings kritisiert Weindl zu Recht, dass Aura teilweise als Hilfsbegriff in Ermangelung theoretischer Überlegungen zur Wirkung von Museumsobjekten fungiert. Gerade im Kontext von Museum, Schule und Erwachsenenbildung wird der Aura-Begriff häufig wie selbstverständlich und ohne jede Erklärung gebraucht. So wird die Aura zum festen Bestandteil der museums- und geschichtsdidaktischen Literatur über das Lernen im Museum, ohne dass eine tiefer gehende kritische Auseinandersetzung mit dem Begriff und dem Vermittlungspotenzial authentischer Museumsobjekte geführt wird, wie Weindl betont. Stattdessen behilft man sich mit der Annahme, dass authentische Exponate den Betrachtenden zumindest für einen kurzen Augenblick den Kontakt mit einer fernen Vergangenheit ermöglichen und aufgrund der Tatsache, dass sie aus einer anderen Zeit stammen, eine besondere Faszination auf Museumsbesucher\*innen ausüben würden. Eine solche existenzialistische Auffassung der Wirkung von Museumsobjekten ist nach Weindl (S. 22 f.) jedoch problematisch: einerseits, weil im Museum die Bedingungen für eine auratische Erfahrung unklar bleiben, andererseits, weil eben diese Erfahrung wegen des Annäherungs- und Berührungsverbots überwiegend auf eine rein visuelle Wahrnehmung beschränkt ist. Dieser Aspekt erscheint als besonders relevant, weil in der neueren museologischen Literatur zwar auf der einen Seite ausdrücklich vom „do-not-touch“-Museum gesprochen wird (Dudley 2010: 9, 11; Schulze 2017: 270), auf der anderen Seite aber eine schon fast mystisch anmutende Erfahrung von Materialität propagiert wird, die sich schon allein durch bloßes Anschauen und Sich-Vorstellen vermitteln würde (Dudley 2019:

423 f.), weil die Objekte schon durch ihre materielle Präsenz sprechen würden, auch wenn die Betrachtenden nichts über sie wüssten (zum Verhältnis von Objekt und Information siehe Schweibenz 2020 im Druck).

Das Anliegen von Weindls Arbeit ist, empirisch zu untersuchen, „ob die in der Literatur vielfach gerühmte Aura in historischen Museumsausstellungen wirklich, wie in der Museums- und Geschichtsdidaktik angenommen, an die (wahrgenommene) Authentizität der Exponate geknüpft ist. Sind es wirklich nur die Originale, die in der Museumsausstellung eine Faszination auf die Besucherinnen und Besucher ausüben, oder können auch Nachbildungen unter bestimmten Umständen in [sic!] als genauso interessant wahrgenommen werden und damit auch über eine Art Aura verfügen?“ (S. 25)

Bevor Weindl dieser Frage nachgeht, setzt er sich intensiv mit dem Begriff der Aura auseinander, indem er dem Aura-Konzept in den Medien- und Literaturwissenschaften sowie in der Volkskunde nachgeht, wobei er auch verwandte Konzepte einbezieht. Im nächsten Schritt analysiert er Walter Benjamins Aura-Konzept, wobei er zu folgendem Schluss kommt: „Was Benjamin genau mit Aura meinte, muss also auch nach eingehender Analyse seiner Schriften offen bleiben.“ (S. 60) Ähnlich verhält es sich nach Weindl mit dem von Benjamin prognostizierten Verfall der Aura: „Zu diesem von Benjamin prognostizierten Verfall ist es letztendlich aber nicht gekommen. Stattdessen spielen das ‚Hier und Jetzt‘ und die ‚Tradition‘ eines Kunstwerks in der Kunst der Moderne weiterhin eine große Rolle.“ (S. 60) Vielmehr haben die Reproduktionstechniken – analoge wie digitale – dem Original nicht die Einmaligkeit genommen, sondern sie vielmehr gesteigert. Und selbst im Zeitalter der digitalen Verfügbarkeit von Reproduktionen wollen Menschen Kunst, Musik oder Architektur „live“ und im „Original“ erleben (S. 61).

Im Weiteren setzt sich Weindl mit der Aura-Produktion im Museum auseinander, die neben subjektiven auch auf kollektiven Wertmustern beruht und Phänomenen des Eintauchens seitens der Besucher\*innen wie Flow, Transportation und Immersion nahekommt. Nichtsdestoweniger bleibt für Weindl das Aura-Konzept letztendlich problematisch wegen seiner Definitionsschwierigkeiten und der esoterischen Wurzeln des Begriffs, aber auch weil es weder empirisch noch theoretisch begründet ist (S. 70 f.).

Nach der Auseinandersetzung mit der Aura wendet sich Weindl dem ebenfalls komplexen Konzept der Authentizität zu, einem Begriff, der aus der Geschichtskultur nicht mehr wegzudenken ist und für Historiker\*innen die Echtheit

einer Quelle garantiert und die Basis darstellt für die Repräsentation von Geschichte. Dabei bleibt Authentizität ein gedankliches Konstrukt, eine Zuschreibung bzw. Wahrnehmung, die systemisch auf Geschichtsbildern beruht und diese beeinflusst. Von ähnlichen Konzepten wie Originalität oder Ursprünglichkeit unterscheidet sich der Begriff der Authentizität für Weindl vor allem durch den reflexiveren und wissenschaftlicheren Charakter (S. 90). Nach einer ausführlichen Herleitung des Authentizitätskonzepts und der Beschreibung von verschiedenen Formen der Authentizität stellt Weindl fest, dass Authentizität keine intrinsische Qualität eines Gegenstandes ist, sondern Ergebnis einer Zuschreibung. Die Einschätzung der Authentizität eines Gegenstandes beruht auf wissenschaftlichen Verfahren und eingeübten Praktiken. Die Authentizität ist einerseits ein Glaubwürdigkeitsgarant, andererseits ein Problem, weil das Medium der Authentizitätsüberprüfung selbst glaubwürdig, also authentisiert sein muss. Darin liegt für Weindl die Schwierigkeit, weil in Ausstellungen für Besucher\*innen oft nicht ersichtlich ist, mit welchen Methoden die dort als authentisch präsentierten Objekte authentifiziert wurden und die eigentlichen Authentifizierungsprozesse selbst unsichtbar sind (S. 100 f.). Dabei umfasst Authentizität in der postmodernen Gesellschaft auch eine Sehnsucht nach Ursprünglichkeit und Echtheit in Form des gegenständlich Erfahrbaren, die sich in den Museen widerspiegelt. Dabei nutzen Museen verschiedene Präsentationsformen und Inszenierungsmöglichkeiten, um beispielsweise durch Detailgenauigkeit, sinnliches Empfinden, Atmosphäre im Raum, Suggestion des Gefühls eines Dabeiseins, eine Nähe zum historischen Geschehen zu schaffen und ein In-Beziehung-Treten seitens der Besucher\*innen zu ermöglichen.

Um das In-Beziehung-Treten mit den Objekten theoretisch zu erfassen, das sowohl durch einen Zustand positiven emotionalen Erlebens als auch durch kognitive Faktoren gekennzeichnet ist, verwendet Weindl eine Interessentheorie, die mit situationalem und individuellem Interesse arbeitet. Er untersucht in einer Mittelalter-Ausstellung am Beispiel von sechs originalen Museumsobjekten, die mittels täglich wechselnden Objekttexten als Original bzw. 1:1-Nachbildungen gekennzeichnet werden, ob die Beschäftigung mit den als Originalen ausgewiesenen Objekten zu einem höheren situationalem Interesse führt als die Beschäftigung mit Objekten, die als 1:1-Nachbildungen präsentiert werden. Dazu wurden in einer zweiwöchigen Fragebogenaktion 585 Besucher\*innen befragt, wobei nach der Datenbereinigung 395 Fragebogen verwendet werden konnten. Dabei zeigt sich, dass die original-

getreuen Nachbildungen für Besucher\*innen genauso interessant sein können wie die Originale, solange sie diesen ähnlich sind und solange die Wahrnehmung ohne Verweis auf Konventionen erfolgt, die die Rezeption bestimmen. Denn Authentizität stellt im Museum auch eine soziale Erwartungshaltung dar, aber Authentizität ist nicht automatisch ein Anreiz für die Auseinandersetzung mit den Objekten. Vielmehr muss Authentizität in den Mittelpunkt museumsdidaktischen Handelns gestellt werden. Daraus leitet Weindl eine Reihe von Fragen zur Auseinandersetzung mit Authentizität und zur Vermittlungsarbeit mit Originalen und Reproduktionen ab. Gleichzeitig betont er, dass weitere Forschungsarbeit notwendig ist, um mit standardisierten Verfahren sowie quantitativen und qualitativen Methoden weitere Erkenntnisse über Art und Tiefe der Erfahrungen von authentischen Objekten zu erlangen. Denn die Ergebnisse seiner Studie lassen laut Weindl keine uneingeschränkte Übertragbarkeit auf den gesamten Museumsbereich und das gesamte Museumspublikum zu. Auch wenn nach Weindl im Rahmen seiner Arbeit nicht abschließend geklärt werden konnte, ob historische Objekte im Museum eine Aura haben oder nicht, liefert sie doch Hinweise darauf, dass es bei einem Großteil der Besucher\*innen ein Bewusstsein für die Authentizität der Objekte gibt, das bei der Auseinandersetzung mit den Exponaten aktiviert werden kann und sich positiv auf die Wahrnehmung und Bewertung von Originalen auswirkt.

**Werner Schweibenz** –

(MusIS – MuseumsInformationssystem;  
Bibliotheksservice-Zentrum  
Baden-Württemberg; Universität Konstanz)

#### Literatur:

Benjamin, Walter (1936), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. In: Benjamin, Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie*, Frankfurt am Main 1963, S. 7–63.

Dudley, Sandra H. (2010), *Museum Materialities. Objects, Sense and Feeling*. In: *Museum Materialities. Objects, Engagements, Interpretations*, hg. von Sandra H. Dudley, London 2010, S. 1–17.

Dudley, Sandra (2019), *Materiality matters. Experiencing the displayed object*. In: *A museum studies approach to heritage (Leicester readers in museum studies)*, hg. von Sheila Watson, Amy Jane Barnes und Katy Bunning, London 2019, S. 418–428.

Hennion, Antoine und Bruno Latour (2003), *How to make mistakes on so many things at once – and become famous for it*. In: *Mapping Benjamin. The work of art in the digital age (Writing science)*, hg. von Hans Ulrich Gumbrecht und Michael Marrian, Stanford, Calif., 2003, S. 91–97.

Schulze, Mario (2017), *Wie die Dinge sprechen lernten. Eine Geschichte des Museumsobjektes 1968–2000 (Edition Museum, Bd. 25)*, Diss. Zürich 2015, Bielefeld 2017.

Schweibenz, Werner (2020), *Wenn das Ding digital ist ... – Überlegungen zum Verhältnis von Objekt und Digitalisat*. In: *Abschlussstagung „Objekte im Netz. Wissenschaftliche Sammlungen im digitalen Zeitalter“ vom 5. bis 6. November 2019 in Nürnberg*, hg. von Udo Andraschke. Im Druck.