

# Lernort contra Erlebnis? - Museum versus Weltausstellung!

Interview mit Dr. Martin Roth<sup>1</sup>

Wir leben in einer Zeit der Beschleunigung: die permanente Medienpräsenz ermöglicht uns die Teilhabe an verschiedenen Ereignissen – weltweit, gleichzeitig. Internet und Multimedia sind Schlagworte, die zwischenzeitlich zum allgemeinen Wortschatz gehören.

Neben den Nationenpavillons, dem Kultur- und Ereignisprogramm und den weltweiten Projekten ist der Themenpark eine der vier Säulen der EXPO 2000 in Hannover gewesen. Unter dem Leitthema „Mensch – Natur – Technik“ stellt der Themenpark eine Erlebniswelt dar, die dem Besucher anhand von „Mitmach-Ausstellungen“ Anregung für das künftige Zusammenleben der Menschen im Einklang mit der Natur geben soll. Wie kann man in der heutigen Zeit mit dem Mittel einer Weltausstellung diese Themen präsentieren? Und: bieten sich Schnittmengen im Erfahrungsbereich zwischen der Weltausstellung in Hannover und der Institution Museum an, die nutzbar zu machen sind?

Der *monatsanzeiger* sprach mit Dr. Martin Roth, Jahrgang 1955. Studium der Kulturwissenschaften und Soziologie in Tübingen und Berlin. Seit 1991 Direktor des Deutschen Hygiene-Museums in Dresden. Seit 1996 Leiter des Themenparks, der weltweiten Projekte und des Global Dialogue der EXPO 2000. Derzeit ist Dr. Roth Präsident des Deutschen Museumsbundes.

*Monatsanzeiger:*

Herr Roth, Museum versus Weltausstellung – Sehen Sie Gemeinsamkeiten?

*Dr. Martin Roth:*

Seit 150 Jahren gibt es Weltausstellungen und somit viele Beispiele dafür wie Museen und Weltausstellungen sich gegenseitig beeinflusst haben. Z.B. mein eigenes Haus, das Deutsche Hygiene-Museum in Dresden, es ist im Grunde genommen ein Derivat der Weltausstellungen, eine Idee des Odol-Fabrikanten Karl August Lingner (1861–1916). Mehr als fünf Millionen Besucher strömten 1911 in die von ihm initiierte und geplante 1. Internationale Hygiene-Ausstellung in Dresden. Das Deutsche Hygiene-Museum als Institution wurde allerdings erst 1930 eröffnet, kurz nach der bahnbrechenden Weltausstellung in Barcelona, bei der Deutschland mit dem ungewöhnlichen Pavillon Mies van der Rohe ein neues Selbstverständnis präsentierte. Das Deutsche Hygiene-Museum war an einer Vielzahl von Weltausstellungen im letzten Jahrhundert beteiligt und hat aus diesen internationalen Ereignissen wiederum eine ganze Menge mitgenommen, auch an Präsentationsästhetik. Auch auf der EXPO 2000 in Hannover ist das Deutsche Hygiene-Museum vertreten, u.a. mit dem „gläsernen Menschen“. Außerdem wurde die Konzeption des Themas

„Mensch“ von einem Team des Deutschen Hygiene-Museums entwickelt.

*Monatsanzeiger:*

Museum und Weltausstellung – Managementaufgabe oder Verwaltungsjob?

*Martin Roth:*

Das Bild des Museumsleiters in der Öffentlichkeit ist antiquiert. Es gibt immer noch viele Leute, die denken, man geht morgens mit einer Thermoskanne Tee ins Büro, holt ein paar Bücher aus dem Archiv, setzt sich hin und schreibt an Vorträgen. Die Realität sieht völlig anders aus: knallhartes Management, Kampf um Gelder, Konkurrenzkampf. In diesem Verteilungskampf ist es aber besonders wichtig, die ideellen Ziele hoch zu halten: Menschen zusammenbringen, gemeinsam Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Mir persönlich ist besonders wichtig, den akademischen mit dem gestalterischen Bereich zu verbinden, mit einem starken Bezug zur Öffentlichkeit.

*Monatsanzeiger:*

Themenparkkonzept und Museumskonzept - Gibt es Übertragbarkeiten?

*Martin Roth:*

Museum und Themenpark - das sind zwei unterschiedliche Welten. Mit der Konzeption des Themenparks wurden mehrere Synthesen versucht: zunächst ging es darum, in-

haltliche Konzepte mit entsprechenden Fachinstitutionen wie dem Fraunhofer Institut oder dem Tropenmuseum gemeinsam zu erarbeiten. Anschließend wurden Partner aus der Wirtschaft, NGOs aus dem Kultur- und Sozialbereich sowie aus Wissenschaft und Forschung gesucht, die sich in das Thema mit ihrer eigenen Kompetenz einbrachten. Anschließend haben wir eine internationale Gruppe von Designern, Architekten, Bühnenbildnern und Filmemachern eingeladen. Dabei wurde versucht, mit den Gestaltungskonzepten neue Wege zu gehen. Es wurde schnell deutlich, dass es um inhaltlich gestaltete Räume und nicht um Museumsausstellungen gehen würde. Alleine der Umstand, Ausstellungen zu entwickeln, bei denen mit einer Besucherzahl von 150 000 Menschen pro Tag gerechnet werden mußte, machte die Einbeziehung von originalen Objekten wie z. B. von der Art des Behaim Globus aus Ihrem Haus unmöglich. D.h. die Umstände, die realen Gegebenheiten veranlaßten uns neue Wege der Gestaltung zu beschreiten. Darüber hinaus wollten wir auch ganz bewusst neue Wege gehen, den Begriff „Szenographie“ in drei Dimensionen zu realisieren. Mir ging es darum, unterschiedlichste Formen von Inszenierung zu zeigen, z.B. Museum und Film, Ausstellung und Tanz zu verheiraten. Nicht zu-

letzt aber ist die Konzeption des Themenparks auch ein spannendes Koordinations- und Kommunikationsprojekt, eine Verifizierung der Idee des Public Private Partnership. Kirche, Staat, Unternehmen, NGOs, Wissenschaftler und Künstler, all diese unterschiedlichsten gesellschaftlichen Gruppierungen haben wir zusammengebracht, um an einem gemeinsamen Konzept zu arbeiten – ein Experiment, ein Großversuch.

*Monatsanzeiger:*

Wie sieht für Sie die Zukunft der Institution Museum aus?

*Martin Roth:*

Ich wäre froh, wenn es Zielbeschreibungen und vor allem Konzeptdiskussionen für die Museumspolitik der nächsten 10 Jahre gäbe. Die Diskussion befindet sich momentan im stetigen Wandel. Es ist darauf zu achten, dass trotz der Modeerscheinungen die langfristigen Ziele nicht aus dem Auge verloren werden. Ein Beispiel: Vor wenigen Jahren redete man noch allerorts davon, aus den Magazinen Schausammlungen zu machen, heute ist dies kein Thema mehr. Plötzlich wird statt dessen der Medienwert erkannt, die Magazine ins Internet gestellt. Man sollte nicht auf jeden Modetrend aufspringen. Wir können mit vielen Dingen experimentieren und immer wieder neue Modelle entwickeln, aber die klassischen Komponenten sollten in ihren Grundzügen beibehalten werden. Nur so bleiben wir immer gut. Museen lavieren in ihrem Selbstverständnis oft zwischen Understatement und Verunsiche-

rung. Ende der 70er Jahre war beispielsweise eine sehr pädagogische Herangehensweise üblich. Weitere Strömungen waren der intensive Einsatz verschiedenster technischer Medien wie z. B. des Internets oder auch die verstärkte Einbeziehung ökologischer Ansätze. Meiner Meinung nach darf Museum jedoch ruhig selbständiger sein und muß sich nicht jedem Trend beugen, was aber nicht im Widerspruch dazu steht, virtuos mit allen zu Verfügung stehenden Medien zu arbeiten. Der Museumsbund veranstaltete kürzlich eine Tagung mit dem Thema „Szenographie“. Dabei wurde vor allem über die Ausstellung „7-Hügel“ und den Themenpark diskutiert<sup>2</sup>. Kann eine solche Aus-

stellung ein verbindliches Modell für die Zukunft sein? Haben wir den gestalterischen Supergau erreicht oder eine neue Bildästhetik erzeugt? Solche Fragen werden in Zukunft auch den Museumsbereich mehr beschäftigen.

*Monatsanzeiger:*

Haben Museum und Weltausstellung im Zeitalter des Internet ausgedient?

*Martin Roth:*

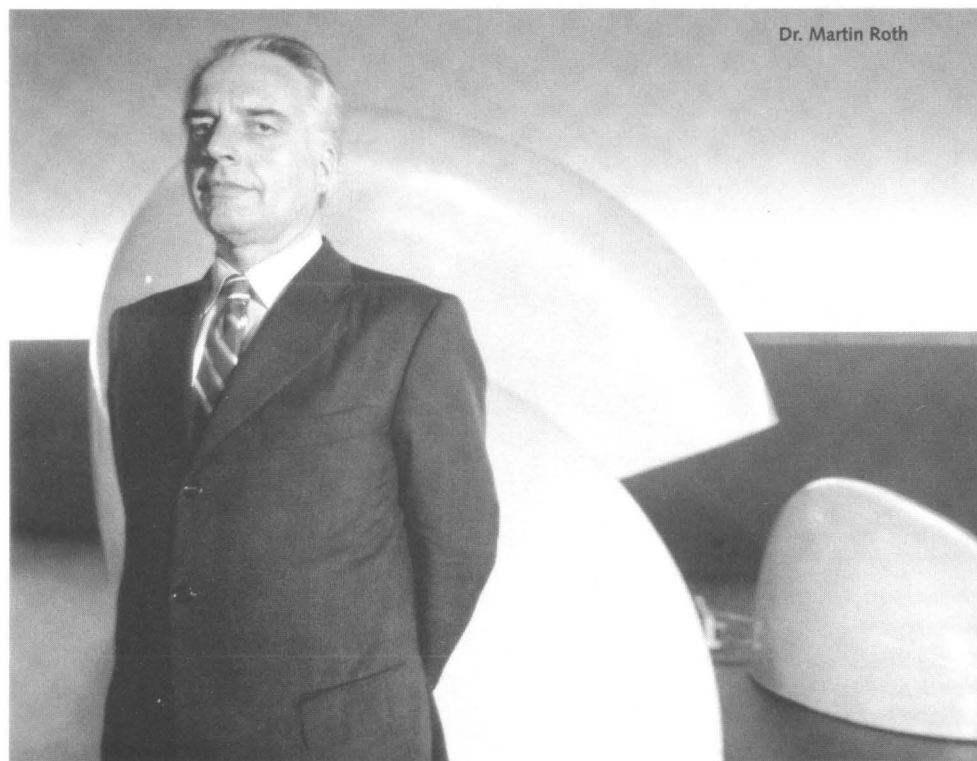
Zur Frage der Substitution des Museums durch das Internet, eine Frage, die auch die Weltausstellungen betrifft, gibt es nur eine Antwort: Wie oft wurde ich gefragt, ob wir Weltausstellungen überhaupt noch brauchen in Zeiten des Internet. Meine Antwort war

stets dieselbe: Natürlich, denn das Internet ist nur ein zweidimensionales Informationsmedium. Eine reale Ausstellung spricht dagegen alle Sinne des Besuchers an. Außerdem ist das Internet nur Erlebnis aus 2. Hand, während das Museum und die Ausstellungen unmittelbar emotional wirken.

<sup>1</sup>Interview am 17.10.2000.

Das Gespräch führte Dr. Matthias Henkel, Leiter Öffentlichkeitsarbeit am Germanischen Nationalmuseum.

<sup>2</sup>Sieben Hügel - Bilder und Zeichen des 21. Jahrhunderts. Eine Ausstellung der Berliner Festspiele vom 14. Mai bis 29. Oktober 2000 im Martin-Gropius-Bau.



Dr. Martin Roth