

5 Thesen für eine neue Qualität der Ausstellungskultur

1. Szenografie kann zu einer bedeutenden und sinnstiftenden Komponente im gesellschaftlichen Dialog wachsen.

Ausstellungen haben an ihrem jeweiligen Ort einen gewissen Aufforderungscharakter. Auf der einen Seite ist das Lesen, Verstehen, Entkodieren und Gestalten solcher „begabten“ Orte eine Kernaufgabe der Szenografie, auf der anderen Seite erfährt die Rezeption bei jedem Ausstellungsbesuch die prägende Kraft der dort geschaffenen Bilder. Bedeutung und Wahrnehmung der „Begabung“ dieser Orte muß als gesellschaftliches Thema begriffen werden. Insofern trägt Szenografie für nachhaltige Wirkungen Verantwortung.

2. Der Wert von Wissensvermittlung und Wertebildung durch Museen muß höher eingestuft werden!

Grundsätzlich besteht gegenwärtig die Frage, wie Museen mit ihrem hohen Potential an Vermittlungsmöglichkeiten umgehen. Wenn relativ kurze Ausstellungsbesuche mit aufwändigen Konzepten von Bildungsinstituten nicht in Konkurrenz treten können, so werden doch Möglichkeiten, als Katalysatoren für Wissen und Bildung zu wirken, zu wenig genutzt. Die Rezeption durch sinnliches und sinnhaftes Erleben in ganzheitlich gestalteten Räumen ist ein geeigneter Zugang für derartige Katalysatorwirkung. Für solche innovativen Ansätze sollten Museen mehr Mut entwickeln.

3. Jede kuratorisch – dramaturgische Praxis benötigt Einsicht in die Wirkung des szenografischen Instrumentariums!

Wenn Szenografie notwendigerweise als ein Produkt der Immaterialisierung von Ausstellungsthemen angesehen werden muß, so wird zukünftig die Kenntnis der szenografischen Methoden zur unverzichtbaren Kernkompetenz der Kuratoren gehören. Allerdings muß man dabei auch dem weitverbreiteten Mißverständnis entgegenwirken, daß diese Kenntnis allein schon als fachliche Kompetenz zur Generierung von Ausstellungen genügen könne. Für eine zukünftige neue Qualität der Ausstellungskultur muß die Gegenseitigkeit der

Rollen von Kurator und Szenograf in geteilten und synchronisierten Findungsprozessen gut geregelt werden.

4. Mehr Raum für schöpferische Prozesse!

Visuelle Kommunikation steht einerseits zunehmend im Zentrum des aktuellen, kulturellen Diskurs, andererseits werden die Spielräume zur gestalterischen Generierung ihrer Inhalte immer enger. Innovative Ausstellungsprojekte benötigen mehr Mut und Kreativität. Ungelöst sind Wege, Prozesse und Steuerungsmöglichkeiten für schöpferische Ideenfindung, für visionäre Gedankenspiele und künstlerische Gestaltung. Ebenso sind Fragen ungelöst, in welchem Zwischenraum, von wem, auf welchem Gebiet und in welchen Zeitfenstern Möglichkeiten für schöpferische Prozesse gefunden werden.

5. Transformative Potentiale aus exzentrischer Perspektive nutzen!

In der Szenografie stehen die visuelle Kommunikation, die Auseinandersetzung mit ikonischen Bildern oder Zeichen in ihrem relevanten räumlich-gestalteten Kontext im Mittelpunkt. So schafft gute Szenografie Orte und Situationen mit prägender Kraft. Doch wie im Bild des „Tanz um das goldene Kalb“ agiert sie mit ihrem transformatorischen Potential in einem operativen Feld aus der Peripherie her. Dieses wird zwar auch von fetischistischen und ikonoklastischen Tendenzen dominiert, doch aus der exzentrischen Perspektive muß gute Szenografie ihre Bestimmung und Bedeutung finden, wenn ihre Bahn nicht ins Abseits führen soll.