

## Publikum oder Zielgruppe? BesucherInnen und Kommunikation

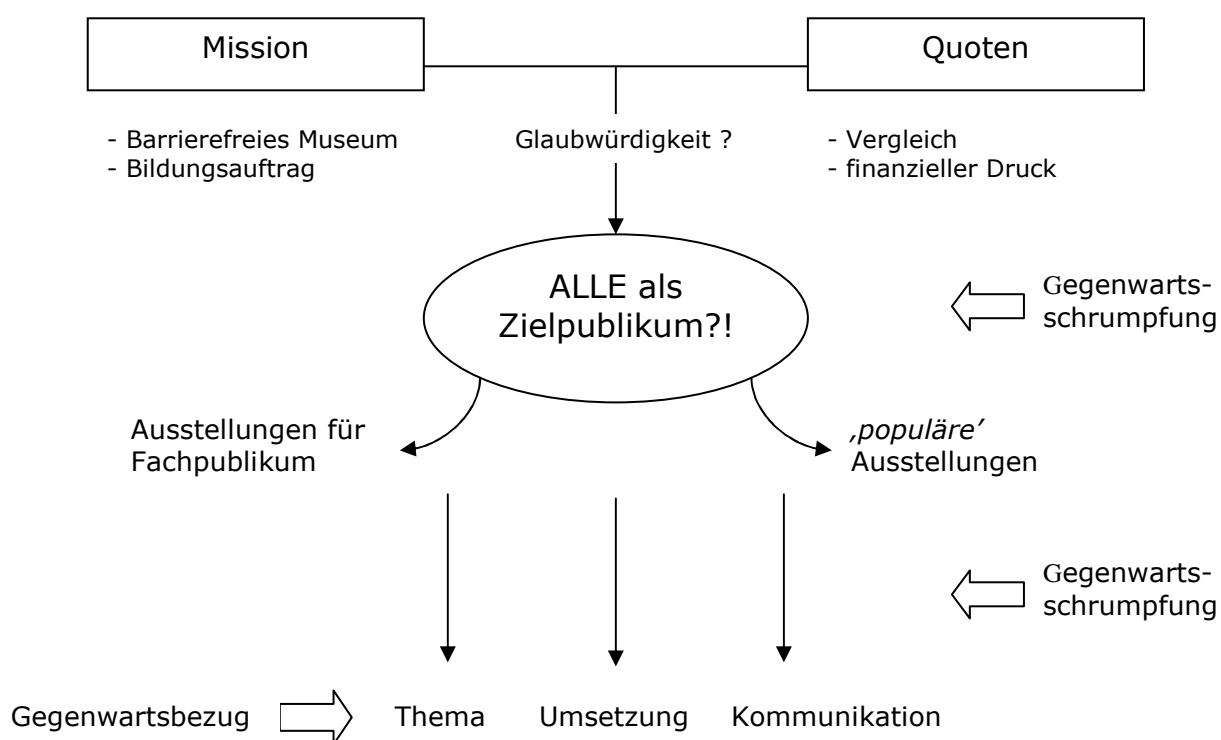
Leitung: Sibylle Lichtensteiger, Co-Leiterin Stapferhaus

Protokoll: Barbara Keller, Kulturwissenschaftlerin, Schweiz. Landesmuseum Zürich, Bern

### Die Fragen:

An wen richten sich gegenwartsorientierte Ausstellungen? Können und sollen sie in unserer zunehmend heterogenen Gesellschaft alle ansprechen? Was heisst zielgruppenorientiertes Ausstellen?

### Das Resultat:



### Die Gespräche:

#### 1. Runde:

Können ALLE eine Zielgruppe sein? Die Antwort bleibt umstritten. Die Gefahr besteht, dadurch an Glaubwürdigkeit zu verlieren. Jedoch kristallisieren sich zwei Gründe heraus, weshalb ALLE als Vision einer Zielgruppe taugt. Hinter dem Wunsch, alle zu erreichen, stecken die Mission der AusstellungsmacherInnen sowie der Druck der Besucherquoten; das heisst einerseits eher emotionale Beweggründe, andererseits auch wirtschaftliche Ziele der Institution. Quoten werden nicht nur als betriebswirtschaftlicher Faktor angesehen, sondern helfen auch, die Erwartungen und Wünsche der BesucherInnen nicht aus den Augen zu verlieren.

## 2. Runde:

Das Phänomen der Gegenwartsschrumpfung macht es schwierig, ALLE als Zielgruppe zu fassen, da die Heterogenität innerhalb von Gruppen steigt und sich Gruppen ständig neu zusammensetzen. Ausgehend von den beiden Polen aus der Anfangsrunde, Mission und Quote, werden in der zweiten Gruppe verschiedene Ausstellungsformate und ihre Zielgruppen diskutiert. Es wird festgehalten, dass sowohl kleine Sonderausstellungen mit stark eingeschränkten Fragestellungen, die ein kleines Fachpublikum ansprechen, ihre Berechtigung haben, wie auch Dauerausstellungen oder populäre Sonderausstellungen, die die Massen ins Museum bewegen. Der Forschungsauftrag des Museums wird der Ausstellung mit Event-Charakter gegenüber gestellt.

## 3. Runde:

In der letzten Runde wird die Frage diskutiert, wie wichtig die drei Faktoren Themenwahl – Umsetzung – Kommunikation sind, damit eine Ausstellung für ein möglichst breites Publikum erfolgreich ist. Eine Gewichtung der drei Faktoren fällt schwer. Auf Grund der schrumpfenden Gegenwart wird es allerdings immer schwieriger vorherzusagen, welches Thema wann aktuell ist und die Kommunikationswege multiplizieren sich und nehmen an Komplexität zu. Wer auf einen sicheren Wert setzen will, muss sich deshalb auf eine gute Umsetzung konzentrieren, heisst die Schlussthese aus dem World Café. Abschliessend wird aber doch nochmals festgehalten, dass der Gegenwartsbezug und damit auch die These der Gegenwartsschrumpfung bei allen drei Faktoren (Themenwahl – Umsetzung – Kommunikation) zentral ist.