



Auswertung der Bedarfsanalyse sowie
Empfehlungen zur Neukonzeption

Bedarfsanalyse – Auswertung des World Cafés am 18.6.2015	Seite 3
Bedarfsanalyse – Auswertung Interviews	Seite 8
Empfehlungen zur Neukonzeption des Städtischen Museums Göttingen	Seite 16
Anhänge	

Bedarfsanalyse – Auswertung des World Cafés am 18.6.2015

Im Rahmen des Beteiligungsverfahrens zur Neukonzeption des Städtischen Museums Göttingen führte ikon Ausstellungen ein World Café durch. Dieses fand am 18. Juni 2015 in Göttingen statt. Die historische Sternwarte an der Geismarlandstraße bot einen stimmigen Rahmen für die Veranstaltung.

Nach einer Begrüßung durch Herrn Oberbürgermeister Rolf-Georg Köhler gab die Kulturdezernentin Frau Dr. Dagmar Schlapeit-Beck eine kurze Einführung zum Sachstand. Es folgte eine kurze inhaltliche Einführung durch ikon Ausstellungen, bei der Ergebnisse der Bestandsaufnahme zum Städtischen Museum sowie erste Ideen zur Neuprofilierung vorgestellt wurden. Im Anschluss gab die Moderatorin Tanja Föhr eine methodische Einführung in die „Spielregeln“ des World Cafés und den Ablauf der Veranstaltung.

Zur Diskussion gestellt wurden drei zentrale Punkte der Museumsarbeit:

die Frage nach den Zielgruppen des Museums

die Frage nach den Aufgaben des Museums

und die Frage nach den Ausstellungen, den Themen und Formaten, die das Museum zukünftig zeigen soll.

Jede Frage wurde – unterstützt durch eine Tischmoderation, die die Diskussion begleitete und protokollierte – an zwei Tischen parallel thematisiert, ein siebter Tisch diskutierte frei und ohne leitende Fragestellung. Die Gespräche an den einzelnen Tischen und im Plenum waren sehr konstruktiv und erbrachten eine ganze Reihe von wertvollen Anregungen für die zukünftige Arbeit des Städtischen Museums. Im Folgenden werden die markantesten Punkte, die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des World Cafés diskutiert wurden, beschrieben und ausgewertet. Da die Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer sich häufig nicht allein auf die jeweilige Fragestellung des Tisches beschränkten, sondern freier diskutierten, erfolgt die Auswertung nicht entlang der Fragen, sondern thematisch. Die ausführlichen Tischprotokolle sind im Anhang beigefügt.

Bezug zu Göttingen

Viele der Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer betonten, dass das Städtische Museum wichtig für die Identität der Stadt und die Identifikation der Bewohnerinnen und Bewohner mit ihrer Stadt ist. Sie wünschen sich, dass im Museum thematisiert wird, „warum wir sind, wie wir sind“, warum Göttingen so ist, wie es ist. Im Kern geht es um die Frage danach, was Göttingen ausmacht. Das Museum soll die Stadt erklären und dies mit unterschiedlichen Mitteln tun, dazu gehören etwa auch Rundgänge durch die Stadt. In diesem Zusammenhang wird die Bedeutung eines Stadtmodells betont, das als Start- und Endpunkt von Stadtrundgängen dienen kann.

Die Stadtgeschichte wird von zahlreichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern als wichtigstes Thema des Museums benannt. Ziel ist, die Stadt zu verstehen und sich auf das Eigene und Unverwechselbare zu besinnen. Die Besonderheiten der Stadtgeschichte sollen anschaulich dargestellt werden. Für das Gros der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des World Cafés muss es das Museum als einen Ort für Stadtgeschichte in Göttingen geben.

Im Laufe der Diskussion werden eine Fülle von Themen mit Göttingen-Bezug vorgeschlagen, die es lohnen, im Museum im Rahmen der Dauerausstellung oder mit Sonderausstellungen vorgestellt zu werden: Alltagsleben, Nationalsozialismus, Konfessionen, Baukultur, Psychatriegeschichte, Nachkriegsgeschichte als Stadt nahe zur ehemaligen DDR-Grenze, Armut, Kinderarbeit, Geschichte der Hanse in Göttingen, Jugend in Göttingen, Protestkultur, Denkmäler, Unternehmerpersönlichkeiten in Göttingen, Kriegszerstörungen, Göttingen als Gelehrtenzentrum der Welt, Mobilität und Vernetzung nach England. Stets steht im Vordergrund, dass Göttingen-Typisches im Museum thematisiert werden soll. Die Vorschläge reichen dabei von aktueller Stadtentwicklung, Göttingen als Stadt der kurzen Wege, über Fachwerk bis Protestkultur in Göttingen und „Sieben Dinge, die man über Göttingen wissen sollte“.

Aktualität

In der Diskussion werden immer wieder Themen mit Aktualitätsbezug gewünscht, z.B. wird die Idee geäußert, dass aktuelle Fragen der Stadtplanung und Stadtentwicklung im Museum Raum haben, dass das Museum als Forum für aktuelle Fragen der Stadtentwicklung dient und dazu genutzt werden kann, mit der Stadtgesellschaft über diese Belange in einen Dialog zu treten.

Das Stadtmuseum wünschen sich etliche Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer als Begleiter und Initiator aktueller Diskurse, es soll Diskussionen anstoßen, öffentliche Auseinandersetzungen anregen.

Das Museum soll die aktuelle Vielfalt der Stadt abbilden, das betrifft sowohl die Geschlechter als auch die Konfessionen und Kulturen in der Stadt sowie die Migrationshintergründe ihrer Bevölkerung.

Zu aktuellen Debatten in der Stadt soll das Museum historische Hintergründe liefern.

Kommunikation

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des World Cafés wünschen sich das Museum als einen Ort, an dem Begegnungen stattfinden, der Begegnungen initiiert. Das Museum soll ein Ort der Begegnung und des Dialogs sein, der in die Stadtgesellschaft hineingetragen wird. Es soll Treffpunkt und Veranstaltungsort für unterschiedliche Projekte, auch Events sein und seinen Besuchern kommunikative, niedrigschwellige Angebote machen.

Es wird angeregt, dass das Museum zum Beispiel Erzählcafés anbietet.

Gewünscht wird ein einladendes Museumscafé als Treffpunkt für alle Gäste des Museums.

Einige der Diskutierenden wünschen sich nicht allein mehr Kommunikation über das Ausgestellte und die Themen, sondern auch mehr Kommunikation mit dem Museum, um Mitgestaltungsmöglichkeiten im Haus zu erlangen. Mehrfach fällt das Stichwort Partizipation.

Bildungsauftrag des Museums

Das Museum soll Lust auf Geschichte machen. Zahlreiche Teilnehmerinnen und Teilnehmer betonen den Bildungsauftrag des Museums, sehen die Institution Museum hier in der Verantwortung. Es wird unterschieden zwischen „Pflicht und Kür“-Ausstellungen. Die einen werden als notwendig angesehen, um Heranwachsenden die Geschichte ihres Wohnortes anhand originaler Objekte nahezubringen und das Verständnis für entscheidende Phasen der Geschichte wie etwa den Nationalsozialismus zu vermitteln. Die anderen bringen spannend aufbereitete Themen an die Öffentlichkeit, beziehen sich auf Jahrestage und Jubiläen usw. Eine intensive Zusammenarbeit mit der Universität wird empfohlen, Stichwort open science.

Es wird gefordert, dass das Museum auch „verborgene“ Themen aufgreift, als Beispiele werden Frauenorte und Frauengeschichte(n), Reformpädagogik etc. genannt. Auch Vertiefungs- und Recherchemöglichkeiten z.B. nach ehemaligen Studierenden werden gewünscht.

Art der Präsentation

Die Exponate sollen im Museum nicht nur hinter Glas, auf Distanz von den Besuchern betrachtet werden können, sondern sich auf unterschiedliche Weise erschließen lassen. Dazu gehören auch haptische Angebote, Stationen zum Interagieren, Ausprobieren, Hören usw. Traditionelle Formen der Vermittlung sollen mit modernen Mitteln wie hands on-Stationen und Medien kombiniert werden.

Eng damit verbunden ist die mehrfach geäußerte Vorstellung, dass das Museum nicht nur zu bestaunende, kostbare Objekte zeigt, sondern auch Dinge, die zum Lebensalltag der Menschen gehören, die nicht im materiellen Sinn wertvoll, aber vertraut sind und eine Geschichte erzählen. Das Museum soll keine Schwellen gegenüber seinen Besucherinnen und Besuchern aufbauen, sondern ihnen entgegenkommen. Gefordert wird auch, dass es Angebote für Menschen mit unterschiedlichem Zeitbudget vorhalten soll, für jemanden der nur eine halbe Stunde Zeit hat ebenso wie für Besucher mit mehr Zeit.

Einige haben die Vorstellung, das Museum solle ein Vorreiter für experimentelle Formate sein und z.B. auch in der Museumspädagogik Neues ausprobieren. Auch Variabilität der Präsentation ist ihnen wichtig.

Das Museum ist für viele ein Erlebnisort, daher soll es neue Wege bei der Präsentation der Stadtgeschichte gehen. Es soll sich neu erfinden, zu Entdeckungsreisen einladen und Überraschungen auch in der Art der Präsentation erzeugen. Das Museum soll aktiv Fragmentarisches thematisieren.

Ein virtuelles Museum ergänzt das reale Museum.

Bedeutung der originalen Objekte

Die Exponate stehen im Museum im Mittelpunkt, sie sprechen die Sinne an, dienen als Beleg für historische Ereignisse, das ist die zumeist geäußerte Auffassung beim World Café.

Gefordert werden ein Befragen des Objektbestandes und eine kritische Auseinandersetzung mit dem Bestand. Daran schließt die Frage an: Welche Objekte soll das Museum sammeln?

Es wird vorgeschlagen, Objekte aktiv zu akquirieren, die Bevölkerungsgruppen repräsentieren und ins Museum bringen, die bislang zu wenig Berücksichtigung im Museum finden.

Ein begehrtes Magazin wird als interessant und wünschenswert angesehen.

Das Museum soll Besucher nicht einschüchtern, nicht nur wertvolle und staunenswerte Objekte hinter Glas und in Vitrinen präsentieren, sondern auch weniger wertvolle Objekte zeigen, die aber einen Bezug zu den Menschen haben (s. auch Art der Präsentation).

Portalfunktion des Museums

Viele der Diskutierenden sind begeistert von der Idee, dass das Museum als Portal in die Stadt fungiert. Verweise vom Museum auf die Stadt und in der Stadt auf das Museum werden gewünscht. Anhand eines Stadtmodells lässt sich die Stadt übersehen und die Besucherinnen und Besucher werden auf einen Rundgang durch Göttingen vorbereitet und neugierig gemacht. Das Museum ist für sie der Startpunkt für ein Entdecken Göttingens.

Museum für alle, Inklusives Museum

Als sehr wichtige Aufgabe des Museums wird genannt, neue Zielgruppen für das Haus zu erschließen.

Alle Menschen in Göttingen sollen durch das Museum repräsentiert werden, sich im Museum repräsentiert fühlen, deshalb ist ein niedrighwelliger Zugang zum Museum wichtig. Das Museum leistet einen Beitrag dazu, dass Migranten die Stadt kennen und verstehen lernen.

Mehrsprachigkeit wird gefordert, damit auswärtige Gäste sich im Museum zurechtfinden und von einem Besuch profitieren.

Das Museum soll gezielte Angebote für junge Leute, z.B. auch für Erstsemester, bereithalten, dabei ist nicht nur an die Studierenden zu denken, sondern das Museum soll auch die außeruniversitären Bildungseinrichtungen in Göttingen berücksichtigen.

Die Diskutierenden wünschen sich einen attraktiven Internetauftritt des Museums, ein Stärken der Öffentlichkeitsarbeit und mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten der Besucher bzw. Nutzer des Museums.

Das Museum muss inklusiv und barrierefrei zugänglich sein. Diese Forderung wird von einigen Diskutierenden für wichtiger als die Belange des Denkmalschutzes angesehen.

Zusammenarbeit mit Universitätsmuseum

Es wird eine enge Zusammenarbeit zwischen den beiden Museen gefordert. Die inhaltliche Abgrenzung sehen die Diskutierenden als unproblematisch an. Das Städtische Museum soll dabei die Universitätsgeschichte und das Verhältnis von Stadt und Universität thematisieren. Die Wissenschaftsgeschichte wird demgegenüber im Unimuseum thematisiert.

Die Diskutierenden sehen demnach kein Widerspruch zwischen Universitätsmuseum und Städtischem Museum, beide Einrichtungen behandeln unterschiedliche Themen bzw. verwandte Themen aus unterschiedlichen Perspektiven. Wichtig ist den Diskutierenden, dass Universitätsmuseum und Stadtmuseum einen jeweils eigenen Charakter und eine eigene Handschrift aufweisen.

Statt eines Fazits, das Museum ist ...

eine Plattform für alle Bevölkerungsschichten – ein Kommunikationsort – ein Treffpunkt – ein Diskussionsraum – eine Adresse – eine Location – ein Ort des Dialogs – ein Museum für alle – ein Ort der Information über Stadtentwicklung – ein Museum zum Anfassen – ein stadthistorischer Kulminationspunkt – ein Diskussionsraum – ein Infopool für Vergangenheit – ein Bildungsort, ein Erfahrungsort, ein Entdeckungsort – ein Raum der Kultur – ein Ort der Identifikation – ein Ort der Begegnung – ein Portal in die Stadt

Anhang

Liste der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des World Cafés

Ausführliche Protokolle der Diskussionen an den einzelnen Tischen

Powerpoint-Präsentation zur Begrüßung von Frau Dr. Schlapeit-Beck, Kulturdezernentin der Stadt Göttingen

Powerpoint-Präsentation zur Einführung in die Fragen des Abends von ikon Ausstellungen, Hannover

Bedarfsanalyse – Auswertung der Experteninterviews

Als zweiten Schritt der Bedarfsanalyse führte ikon eine Reihe von Gesprächen mit Vertreterinnen und Vertretern der Stadtgesellschaft Göttingens sowie Museumsexperten. Die Auswahl der Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer wurde mit dem Kulturdezernat der Stadt Göttingen und dem Oberbürgermeisterabgestimmt, die Interviews fanden im Juli und August 2015 statt.

Die Gespräche erfolgten durchweg in einer konstruktiven Atmosphäre. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren interessiert an einer Weiterentwicklung des Museums und brachten wichtige Anregungen, Themen und Herausforderungen, denen das Museum sich stellen muss, zu Wort.

Gemeinsam mit Frau Dr. Schlapeit-Beck und Herrn Dr. Böhme stellte ikon einen Fragenkatalog zusammen, der als Leitfaden für die Gespräche diente. Die ersten drei Fragen sind bewusst identisch mit denen, die auch den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des World Cafés gestellt wurden.

Im Folgenden werden die Antworten zu den neun vorbereiteten Fragen zum Städtischen Museum Göttingen beschrieben und inhaltlich ausgewertet.

Zielgruppen

An wen richtet sich das Städtische Museum? An die Göttinger Bürger und Bürgerinnen, an auswärtige Kongressbesucher oder Touristen? An Kinder, Jugendliche oder Erwachsene?

Einhellig sind die Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner der Auffassung, dass sich das Museum an die Stadtbevölkerung richten soll. Der Begriff der Stadtbevölkerung umschreibt dabei alle Gruppen der Bevölkerung, meint Studierende, Neubürger, Zugezogene, Migranten und Alteingesessene gleichermaßen. Besonderes Augenmerk soll auf Heranwachsenden als Zielgruppe – ob mit ihrer Schulklasse oder mit Familie und Freunden – gerichtet werden.

Die Hälfte der Gesprächspartner will Gäste der Stadt ansprechen. Hervorgehoben werden insbesondere Städtetouristen, Wissenschaftstouristen (Stichwort „town and gown“), Kongressbesucher, Eltern von Studierenden, Alumni der Universität und internationale Gäste aller Art. Ein Gesprächspartner sieht Touristen als wichtigste Zielgruppe an.

Um die Zielgruppen besser zu erreichen, sprechen sich einige dafür aus, den Namen des Museums zu ändern und einen neuen Internetauftritt zu gestalten. Mehrfach wird betont, wie wichtig die Betextung in Englisch und Deutsch ist, um ein internationales Publikum zu erreichen.

Die Forderung, die Pluralität der Bevölkerung müsse sich im Museum niederschlagen, wird formuliert.

Ein Gesprächspartner schlägt vor, nicht pauschal von Zielgruppen zu sprechen, sondern immer davon, dass die Ausstellungen bestimmten Interessen entgegenkommen. Demnach wäre seiner Auffassung eher danach zu fragen, für welche Interessen Ausstellungen und Museen konzipiert werden. Er wünscht sich eine differenzierte Betrachtung.

Aufgabe

Welche Aufgabe hat das Städtische Museum? Ausstellen, Sammeln, vermitteln? Ort des Erlebens, des Experimentierens, des Diskutierens?

Es besteht ein Konsens darüber, dass Sammeln und Bewahren wichtige Aufgaben des Museums sind und dass diese Aufgaben die Voraussetzungen für die weiteren Aktivitäten des Museums schaffen. Es sollen die Potentiale der Sammlung erkannt und ausgebaut werden. Einige Gesprächspartnerinnen und -partner heben hervor, dass die Sammlungen des Museums erforscht und dokumentiert werden müssen, um sie zu erschließen, und dass dies nach wissenschaftlichen Maßstäben erfolgen muss. Dabei betonen einige Gesprächspartner die Notwendigkeit, gezielt zu sammeln, und eine Person erachtet es als wichtig, sich auch über Entsammeln Gedanken zu machen und ggf. mit anderen Museen Objekte zu tauschen.

Es wird von einigen Gesprächspartnern auch darauf hingewiesen, dass Sammeln aktiv weiterbetrieben werden muss, etwa um die Sammlung mit Objekten von Menschen mit Migrationshintergrund zu ergänzen, Gegenständen also, die bislang im Bestand kaum vertreten sind.

In etwa der Hälfte der Gespräche wurde das Vermitteln besonders thematisiert. Eine Person formuliert, Ziel der Arbeit hinter den Kulissen müsse immer die Arbeit für die Öffentlichkeit sein. Beim Vermitteln soll es darum gehen, die Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmal Göttingens aufzuzeigen, die Geschichte der Stadt dazustellen und die Identifikation mit der Stadt zu fördern. Das Museum solle Dialoge organisieren und fördern und Menschen für Geschichte begeistern.

Von einigen Gesprächsteilnehmern wird gewünscht, die Kooperation mit der Universität zu verstärken, eine andere Person schlägt vor, die Kooperation mit dem Stadtarchiv, einen weiteren die mit anderen Museen zu intensivieren. Auch eine Portalfunktion des städtischen Museums für die Stadt wird gutgeheißen.

Ausstellungen

Welche Ausstellungen soll das Museum zeigen? Welche Themen soll es behandeln? Welche Formate soll es entwickeln?

Mit welcher Technik soll das Museum die Besucher ansprechen: Digital und virtuell oder materialbezogen und handwerklich? Soll es viele oder einzelne ausgewählte Objekte zeigen?

Alle interviewten Personen sehen die Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten Göttingens als wichtigste Themen im Museum an. Etwa ein Drittel wünscht sich mehr Aktualitätsbezug und Sonderausstellungen, die zu aktuellen Anlässen, Jahrestagen, Jubiläen erarbeitet werden. Dabei solle, so von einigen formuliert, ein Bezug zu Göttingen im Vordergrund stehen.

Einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer schlagen konkrete Themen vor, die sie gerne im Museum sehen möchten, darunter Musik, Migration, Nationalsozialismus, Protestkultur in Göttingen, Wissenschaftsgeschichte, Religion, jüdische Geschichte, studentisches Leben, Mittelalter und Stadtarchäologie.

Eine Person schlägt vor, die Themenauswahl zu begrenzen auf maximal zehn Themen, viele wünschen sich besonders interessante Sonderausstellungen und einige auch mehr Veränderbarkeit in der Dauerausstellung. Eine Interviewpartnerin empfiehlt Teile der Ausstellung beweglich zu halten und eine dynamische Handschrift für das Museum.

Die Hälfte der Interviewten findet insbesondere die Art der Präsentation entscheidend. Diese soll die Sinne ansprechen, auch haptische Angebote, Hörangebote usw. bereithalten und nicht nur auf Information, sondern auch auf Erleben und Unterhaltung setzen. Es wird der Vorschlag gemacht, Orte außerhalb des Museums einzubeziehen und museal zu bespielen. Themen sollen zielgruppenspezifisch ausgewählt und aufbereitet werden, vergleichbar dem Theater, das sein Repertoire auch auf bestimmte Bevölkerungsgruppen und Adressaten hin ausrichtet.

Handschrift

Mit welcher Handschrift soll das Museum die Besucher ansprechen?

Die Mehrheit spricht sich für eine zeitgemäße, moderne Ausstellungshandschrift aus. Das Museum soll Spaß machen, anschaulich und fröhlich sein und alle Sinne ansprechen. Es soll Geschichten erzählen. Neue Medien werden für wichtig gehalten, um gerade auch Heranwachsende anzusprechen, ihre Rezeptionsgewohnheiten zu berücksichtigen.

Besucherinnen und Besucher sollen die Möglichkeit haben, selbst aktiv zu werden, etwas ausprobieren zu können usw. Das Museum soll alle Sinne ansprechen und authentisch sein. Einige Gesprächsteilnehmer betonen, dass die Originale im Zentrum stehen. Ein anderer formuliert, dass Medien zur Erschließung von Objekten sinnvoll sein können, aber nicht vom Kern ablenken dürfen. Außerdem sei eine gewisse Zeitlosigkeit der Mittel gut, damit die Ausstellungspräsentation nicht zu schnell veraltet wirke.

Drei weitere Interviewte halten vor allem eine persönliche Handschrift des Museums für entscheidend. Die Stärken der Sammlung sowie des Museumsstandorts und -gebäudes sind dabei einzubeziehen. Eine andere Person wünscht sich, komplexe Themen anschaulich darzustellen, dazu wird die Mitarbeit von verschiedenen Disziplinen im Museum befürwortet. Eine Interviewpartnerin empfiehlt eine individuelle, durch die Museumsleitung und einen Fachbeirat geprägte Handschrift des Hauses.

Geschichten

Welche Geschichten soll das Museum erzählen?

Hier werden besonders häufig genannt:

die Stadtgeschichte, insbesondere die Bau- und Architekturgeschichte Göttingens, und das Erklären der Stadt (warum ist Göttingen so geworden, wie es heute ist?),

die Wissenschaftsgeschichte mit der Universitätsgründung als dem entscheidenden und die Entwicklung bis heute prägenden Ereignis in der Geschichte der Stadt,

die Weltoffenheit und Internationalität der Stadt, ihr kritischer Geist und ihre Protestkultur als Erbe der Aufklärung,

die Lebenswelten der Menschen, das Alltagsleben und die Lebensverhältnisse von berühmten Göttingern, aber auch der einfachen Bewohnerinnen und Bewohner,

die Geschichte der Reformation in Göttingen,

Geschichten aus dem Göttinger Ostviertel,

Göttingen im Nationalsozialismus (eine Person wirft die Frage auf, ob Silicon Valley sich in Göttingen entwickelt hätte, wenn die Nationalsozialisten 1933 nicht zahlreiche hervorragende jüdische Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Göttingen vertrieben hätten),

die Geschichte der Juden in Göttingen,

die Migrationsgeschichte Göttingens,

die Geschlechterverhältnisse (sprechen etwa die Hälfte der Interviewten an),

Göttingen als Filmstadt (drei Gesprächsteilnehmer nennen dieses Thema),

Göttingen auf dem Weg zur Großstadt, moderne Lebensformen,

Nachhaltigkeit, Umwelt und Klima,

das Verhältnis von Mensch und Tier und weitere lebensnahe Themen

die Arbeit des Museums hinter den Kulissen.

Museum soll sich nicht nur mit Vergangenheit und Gegenwart befassen, sondern auch mit der Zukunft.

Zwei Personen wünschen sich weniger Kirchenkunst, speziell aus dem Eichsfeld, eine andere betont, dass Göttingen seit Gründung der Reformuniversität eher eine säkulare Stadt sei und empfiehlt eher den Aspekt religiöse Vielfalt zu stärken. Eine weitere Person hebt die Frühgeschichte Göttingens und die mittelalterliche Handelsstadt hervor.

Emotionalität

Soll das Museum die Besucher emotional erreichen – und wenn ja wie?

Die meisten Interviewten halten Emotionalität im Museum für wichtig, um die Besucherinnen und Besucher mit den Ausstellungen des Museums zu erreichen. Eine ausgewogene Mischung aus Information und Emotionalität bzw. Unterhaltung sei der richtige Weg. Viele verweisen in diesem Zusammenhang auf die Bedeutung von haptischen Angeboten (im Museum etwas anfassen und ausprobieren, statt nur vor den Vitrinen zu stehen) und das Einbeziehen aller Sinne. Auch originale Objekte können einen starken emotionalen Gehalt vermitteln, wenn etwa ein originaler Brief von Gauß ausgestellt wird. Die Materialität und Authentizität der Dinge spricht die Sinne an.

Die Eigenständigkeit als Besucher ist einigen besonders wichtig, sie wollen im Museum nicht an die Hand genommen werden, sondern selbst entscheiden, was sie sich ansehen und was sie interessiert. Sie sehen eine als Erlebnisparcours konzipierte Ausstellung als nicht geeignet für das Städtische Museum an. Das Göttinger Publikum wird als anspruchsvoll und überdurchschnittlich gebildet bezeichnet. Ernsthaftigkeit hat einen hohen Stellenwert. Dem muss das Museum Rechnung tragen, eine Gesprächsteilnehmerin warnt vor Trivialisierung.

Betont wird des Weiteren eine stimmige Atmosphäre im Museum. Dazu gehören auch Aufenthaltsqualität, Authentizität, Pausenmöglichkeiten und Sitzgelegenheiten, ggf. ein Café oder Restaurant und ein Shop mit regional geprägtem Sortiment, sowie zu besonderen Gelegenheiten Klangerlebnisse im Museum, Musik, Führungen mit Überraschungen und dergleichen. Einer Person gefällt besonders die Idee des Museums als Wohnzimmer der Stadt.

Ein Interviewpartner hebt hervor, die Qualität des Museumsbesuches habe auch damit zu tun, dass das Museum ein Gesamterlebnis vermittele, dass es eine Stimmigkeit zwischen dem Gezeigten und dem Gebäude gebe, wie es beim Hardenberger Hof der Fall sei.

Erzählstruktur

Welche Erzählstruktur soll das Museum wählen: thematisch oder chronologisch oder eine ganz andere Struktur?

Mehrheitlich wird eine thematische Struktur der Ausstellung bevorzugt. Viele Gesprächsteilnehmerin und -teilnehmer sehen dabei eine zeitliche Orientierung dennoch als unerlässlich. Thematische Gliederung und Chronologie sollen verbunden werden, indem Themen zeitlich eingeordnet werden können. Für einige lassen sich Chronologie und thematischer Zugriff ohnehin nicht trennen. Ein Teilnehmer betont, dass Kinder erst ab einem bestimmten Alter in der Lage sind, zeitliche Dimensionen nachzuvollziehen. Drei Interviewte sprechen sich für eine chronologische Gliederung aus, in der thematische Akzente gesetzt werden.

Bedeutung

Was leistet und bedeutet das Museum für die Stadt Göttingen, seine Bewohnerinnen und Bewohner sowie seine Gäste?

Die Hälfte der Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer äußert die Auffassung, dass das Museum Stadtgeschichte und Stadtkultur vermittelt und daher für die Identität der Stadt eine große Bedeutung hat. Die Identität und Erkennbarkeit der Stadt ist wiederum auch für Touristen wichtig und spricht sie an. Die Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale sind für die Identität Göttingens zentral. Eine Interviewpartnerin berichtet aus ihrer Erfahrung, dass Alumni aus Herkunftsländern, in denen eine starke Beziehung zur Ausbildungsstätte gepflegt wird, großes Interesse für Göttingen haben.

Vier Interviewpartner sprechen dem Museum ausdrücklich eine Gedächtnisfunktion für die Stadt zu. Auch die Funktion, Visionen für die Stadt zu entwerfen, wird erwähnt. Andere Teilnehmer heben den pädagogischen und Bildungsauftrag hervor.

Zusammenarbeit

Wie stellen Sie sich die Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen vor?

Alle Interviewpartnerinnen und -partner sprechen sich für eine Zusammenarbeit und eine Abstimmung mit dem in Planung befindlichen Universitätsmuseum aus. Einige wünschen sich gemeinsame Sonderausstellungen oder andere Kooperationsprojekte, wie etwa eine Summer School.

Dabei sehen einige der Interviewpartnerinnen und -partner keine Konkurrenz, da die jeweiligen Themenbereiche (und Zielgruppen) klar abgrenzbar seien, während andere auf Chancen, aber auch Risiken hinweisen, da beide Museen um Aufmerksamkeit und Finanzmittel konkurrierten.

Die meisten Interviewten favorisieren unterschiedliche Standorte für die beiden Museen Städtisches Museum und Universitätsmuseum.

Einige betonen, dass das Universitätsmuseum das städtische Museum als einen starken Partner in der Stadt braucht. Die Eigenständigkeit beider Partner solle gewahrt bleiben. Eine interviewte Person macht deutlich, dass die Sonderausstellungen des Städtischen Museums am gleichen Standort wie die Dauerausstellung stattfinden müssen, da sie nur so das Profil des Städtischen Museums schärfen, inhaltliche Bezüge erkennbar sind und Steigerungen der Besucherzahlen im Städtischen Museum durch attraktive Sonderausstellungen zu erzielen sind.

Vorbild

Welches andere Ihnen bekannte Museum könnte Ihrer Meinung nach als Vorbild dienen?

Die meisten Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner nennen kein unmittelbares Vorbild für das neue Städtische Museum in Göttingen. Sie benennen aber ein breites Spektrum unterschiedlicher Museen, die Ihnen gut gefallen haben und von denen sich die Neugestaltung in Göttingen ggf. inspirieren lassen könnte. Wobei eine Person sehr deutlich betont, dass die Stärke des neuen Museums für Göttingen darin bestehen müsse, eine eigene, sehr individuelle Handschrift zu entwickeln. Eine andere betont die Bedeutung des Gesamteindrucks bzw. Gesamterlebnisses beim Museumsbesuch, d.h. Gebäude und Inhalt des Museums müssen zueinander passen und stimmig sein.

Als inspirierend genannt wurden folgende Ausstellungen und Museen:

Das Goethehaus in Weimar mit seiner vielschichtigen Ausstellung und einer gelungenen Präsentation der Objekte.

Die Deichtorhallen in Hamburg.

Die Neue Galerie in Kassel, die schon mit ihrer Architektur überzeugen kann.

Das Jüdische Museum in Berlin, bei dem die Architektur vor Einzug der Ausstellung als noch überzeugender angesehen wird als nach Einzug der Ausstellung.

Das mehrfach ausgezeichnete Stadtmuseum Rüsselsheim, dem die Öffnung zur Stadt hin gelungen sei und das den Fokus auf die Lebenswelt der Bewohner setze. Außerdem auch (Stadt)Museen in Kaufbeuren, Bozen, Salzburg und Tübingen.

Das Einwanderer-Museum in Ellis Island, New York.

Das Technoseum in Mannheim.

Die große Sonderausstellung zu Kaiser Otto im Kulturhistorischen Museum Magdeburg, die faszinierende originale Objekte zeigte.

Der Infocontainer vor dem Humboldtforum in Berlin, der auf die Ausstellung neugierig macht, solange das Haus eine Baustelle ist.

Die archäologische Abteilung im Stadtmuseum Einbeck, in der die Ausstellung der frühen Geschichte gut gelungen ist.

Das Museum Schwedenspeicher in Stade, das Stadtmuseum Augsburg, das Museum Hameln, die gelungene Präsentationen verwirklicht haben.

Das Auswandererhaus in Bremerhaven, das spannende Recherchemöglichkeiten bietet.

Das Willy-Brandt-Haus in Lübeck mit seiner vielseitigen und abwechslungsreichen Ausstellung.

Das Museum of London mit seiner Stadtgeschichte.

Das Humpisquartier in Ravensburg und die Ottonen-Ausstellung auf der Quedlinburg.

Liste der Gespräche

Folgende Gespräche wurden geführt:

15.7.2015 Rolf Becker

15.7.2015 Dr. Dagmar Schlapeit-Beck

15.7.2015 Hilmar Beck

22.7.2015 Prof. Dr. Bernd Graf, Berlin

23.7.2015 Dr. Dagmar Sakowsky

23.7.2015 Claudia Leuner-Haverich

29.7.2015 Prof. Dr. Ulrike Beisiegel

29.7.2015 Klaus Wettig

5.8.2015 Prof. Dr. Ludwig Theuvsen

5.8.2015 Prof. Dr. Regina Bendix

5.8.2015 Prof. Dr. Peter Aufgebauer

6.8.2015 Dr. Friedrich Scheele, Oldenburg

10.8.2015 Oberbürgermeister Rolf-Georg Köhler

10.8.2015 Christoph Lehmann, Nadia Affani (zeitweilig)

27.8.2015 Prof. Dr. Arnd Reitemeier

8.9.2015 Thomas Dienberg und Dinah Epperlein

Im September werden Gespräche mit Thomas Dienberg und Dinah Epperlein, Dr. Uwe Graells und Philipp Bremer stattfinden, die wegen Urlaubszeiten noch nicht für ein Gespräch zur Verfügung standen. Das Büro von Stefan Wenzel hat unsere Anfrage noch nicht beantwortet, Frau Dr. Höltge vom MWK wegen Terminschwierigkeiten abgesagt.

Gesprächsführung und Protokolle: Martina Jung, ikon Ausstellungen

Empfehlungen zur Neukonzeption des Städtischen Museums Göttingen – 12 Thesen

1. Gedächtnis und Schaufenster der Stadt / Themenschwerpunkte und Inhalte

Das Museum ist das Gedächtnis der Stadt und zugleich ein Schaufenster für die Stadt. Hier präsentiert sich Göttingen anhand von originalen Hinterlassenschaften aus seiner Geschichte und Gegenwart der Öffentlichkeit. Die Stadt zeigt ihre Identität und ihre Besonderheiten, verdichtet in den originalen Objekten und den ausgewählten Themen, die das Augenmerk auf Alleinstellungsmerkmale und Charakteristika der Stadt lenken. Das Gros der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des World Cafés und der Experteninterviews war sich darin einig, dass Göttingen ein stadtgeschichtliches Museum braucht.

Als Gedächtnis, Schaufenster und Visitenkarte der Stadt verspricht das Museum seinen Gästen ein nachhaltiges Erlebnis. Wenn das Museum die Göttingerinnen und Göttinger begeistern kann, begeistert es auch seine Gäste aus aller Welt. Im Museum lernen sie Göttingen und die Menschen, die hier gelebt haben und leben, auf informative und zugleich unterhaltsame Weise kennen.

Wie keine andere Einrichtung in Göttingen bündelt das Museum die erforderlichen Kompetenzen, um die Kernaufgaben des Museums Sammeln, Bewahren, Forschen und Dokumentieren, Ausstellen und Vermitteln dauerhaft zu erfüllen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museums sichern Geschichtsbewusstsein anhand der Sorge für die überlieferten Sammlungsbestände und indem sie diese für die Stadt wissenschaftlich erschließen.

Um diese Aufgaben weiterhin leisten zu können, ist eine klare Entscheidung für das Museum und eine breite Unterstützung in der Stadt erforderlich, damit die Herausforderungen der Teilschließung und der Prozess der Neuprofilierung gemeinsam gemeistert werden können. Das Museum soll zu einer „Adresse“ – so ein Teilnehmer des World Cafés – und einem lebendigen Ort werden, an dem Besucherinnen und Besucher sich über die Geschichte, Gegenwart und Zukunft Göttingens austauschen, ein „Stadtmuseum, das sich mit Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Städten beschäftigt und zur Plattform für Bürgerinnen und Bürger wird, um die eigene Stadt und Stadtgesellschaft zu gestalten“.¹

Wir empfehlen, unbedingt an einem Standort innerhalb des Innenstadtringes für das Museum festzuhalten. Das Museum sollte fußläufig gut vom Rathaus, vom Hauptbahnhof und den in der Innenstadt gelegenen historischen Universitätsgebäuden sowie vom geplanten Standort des Forums Wissen in der alten Zoologie erreichbar sein. Besucherinnen und Besucher des Städtischen Museums und des Forums Wissen flanieren dann zukünftig bei ihrem Weg von einem zum anderen Museum durch die Stadt und erleben dabei die Göttinger Innenstadt live.

2. Das Museum ist zeitgemäß / Ausstellungsprofil

Wir empfehlen, im Rahmen der Neukonzeption das herkömmliche Konzept einer Dauerausstellung in Bewegung zu bringen und das neue Museum als Haus mit mehreren parallel zu besuchenden Themenausstellungen zu konzipieren. Ziel ist demnach nicht mehr ein Rundgang durch alle Abteilungen, sondern ein interessegeleiteter Besuch der Abteilungen, die die jeweiligen Gäste am meisten interessieren. Die einzelnen Themenausstellungen können dann leichter aktualisiert und überarbeitet werden, da Aktualisierungen und Ergänzungen nicht wie bei einer klassischen Dauerausstellungskonzeption gleichzeitig im ganzen Haus stattfinden müssen, sondern abteilungsweise realisiert werden können. Die einzelnen Ausstellungen haben bei diesem Konzept eine unterschiedliche Standdauer. Die Abgrenzung zwischen Dauerausstellung und Sonderausstellung ist weniger strikt als gewohnt.

Wir schlagen außerdem vor, in jeder Abteilung ein „Schaufenster“ zu planen, in dem ohne größeren Aufwand ein Austausch der Exponate möglich ist. Dadurch kann die Präsentation durch Akzentverschiebungen, Depotentdeckungen, Objekte des Monats etc. immer wieder Überraschungen bereithalten.

Grundsätzlich empfehlen wir bei der Neueinrichtung des Museums, Ausstellungsmodule zu integrieren, die als Teile eines Baukastensystems konzipiert sind. Auch auf diese Weise erlangt das Museum Spielräume für Veränderungen.

Gleichzeitig benötigt das Museum nach wie vor ausreichend Platz für Sonderausstellungen zu einem breiten Spektrum an Göttinger Themen, mit unterschiedlicher Standdauer und unterschiedlichem Platzbedarf. Die Sonderausstellungen korrespondieren mit den Kernaussstellungen, vertiefen deren Themen, präsentieren Funde aus dem Magazin, reagieren auf Jahrestage, historische Ereignisse und Jubiläen.

Sonderausstellungen sind zentral für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit, weil sie immer neue Anlässe bieten, das Museum kennenzulernen. Statistiken belegen, dass es den Museen vor allem durch attraktive temporäre Ausstellungen gelingt, ihre Besucherzahlen zu steigern. Von einem räumlichen Auseinanderreißen des Zusammenhangs von Kernaussstellung und Sonderausstellungen ist daher dringend abzuraten.

Wir empfehlen für die Sonderausstellungen des Museums einen Programmrahmen zu entwerfen in dem sowohl Gast- und Wanderausstellungen als auch größere und kleine Eigenproduktionen, Kabinettausstellungen, wiederkehrende Formate und Serien Platz haben. Im Rahmen thematischer Serien werden Menschen in Göttingen, Charakteristika der Stadt, bauliche Entwicklungen und andere Aspekte der Göttinger Stadtgeschichte vorgestellt und ergeben über die Jahre ein Panorama der Stadt. Das Museum kann mit seinen Sonderausstellungen – ein im Rahmen des Beteiligungsverfahrens mehrfach geäußertes Wunsch – auf öffentliche Diskussionen antworten und umgekehrt zu einem Stichwortgeber für aktuelle Debatten und Fragen werden.

3. Das Museum erzählt Geschichte(n) / Anknüpfungspunkte und Art des Erzählens

Heutige Museumsgäste besuchen ein Museum mit bestimmten inhaltlichen Interessen, aber auch mit dem Wunsch gut unterhalten zu werden. Museen antworten darauf, indem sie ihre Ausstellungen abwechslungsreich konzipieren, verschiedene Zugänge zu den Themen und Objekten bieten, anschaulich erklären, bei der Präsentation alle Sinne ansprechen und indem sie Geschichten erzählen. Personalisierungen, der Zugang über Biografien von Protagonisten der Zeit oder der Ereignisse, über die berichtet wird, sind ein wichtiges Mittel. Auch schwer zugängliche Themen können dadurch lebendig und spannend dargestellt werden.

Das Museum ermöglicht Begegnungen mit Geschichte(n) und mit Menschen. Zahlreiche Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Beteiligungsverfahrens erwarten, dass das Museum die Lebenswelt der berühmten, ebenso wie der nicht berühmten Göttingerinnen und Göttinger aufgreift. Da Frauen in der Wissenschaftsgeschichte bis ins 20. Jahrhundert hinein kaum eine Rolle spielten, sehen wir die Aufgabe des Städtischen Museums gerade auch darin, die weibliche Welt zu beleuchten. Sowohl die bekannten Namen, die überregionale Resonanz beanspruchen können, als auch das Leben der vielen haben ihren Platz im Museum. Die im Rahmen der Bestandsaufnahme vorgeschlagenen Themen trafen auf breite Zustimmung.

Für das Museum sollte es ebenfalls dazugehören, das Leben des Museumsgründers und ersten Leiters Moriz Heyne sowie die Geschichte des Museums vorzustellen.

4. Das Museum als „Probephühne“ / Ausstellungsgestaltung

Stadtmuseen wollen ihren Exponaten Geschichten entlocken. Das *Wie* der Präsentation ist von entscheidender Bedeutung. Anders als kostbare Kunstwerke oder Exponate von großem materiellen Wert erhalten manche Objekte in stadthistorischen Museen ihren Wert erst im Zusammenhang mit ihrer besonderen Geschichte. Diese auf spannende und eindrucksvolle Weise zu vermitteln ist Ziel einer gelungenen Ausstellungspräsentation. Die Mittel dafür, ob durch die Art der Kontextualisierung, durch Beleuchtung, Medien, ergänzende oder kontrastierende Exponate oder weitere szenografische Mittel, sind jeweils individuell auszuwählen und zu entwickeln.

Überregionale Resonanz kann im Rahmen der Neukonzeption des Museums auch durch innovative Formate des Ausstellens erreicht werden. Das Museum sollte sich öffnen für experimentelle Formate und – vor allem im Bereich seiner Sonderausstellungen – wie auf einer „Probephühne“ neue Formen des Ausstellens erproben, bei denen Geschichte, künstlerische Herangehensweisen und Mediengestaltung zusammenwirken. Die Autorschaft von Kuratoren und Gestaltern erhält einen neuen Stellenwert.

Die besondere Chance von Stadtmuseen liegt überdies darin, nah an seinen Besuchern arbeiten zu können. Mit entsprechenden finanziellen und personellen Kapazitäten ausgestattet, kann das

Museum neue Formen der Zusammenarbeit zwischen dem Museum und der Stadtöffentlichkeit entwickeln, aus dem Haus gehen, Präsenz im Stadtraum zeigen und verstärkt auch museumsferne Bevölkerungsgruppen ansprechen. Das neue Historische Museum in Frankfurt/Main geht hier beispielweise neue Wege.

Das Museum bietet außerdem Räume, in denen die Ergebnisse von musealen Projektarbeiten mit Kindern und Jugendlichen, Schülerinnen und Schülern, Studierenden, Seniorinnen und Senioren, Künstlerinnen und Künstlern etc. der Öffentlichkeit präsentiert werden.

5. Das Museum braucht einen neuen Namen / Öffentlichkeitsarbeit

Das Museum nutzt die Zeit der sanierungsbedingten Teilschließung am Ritterplan für eine konzeptionelle Weiterentwicklung und Neuprofilierung seiner Arbeit. Um dies augenfällig zu kommunizieren, empfehlen wir, dem Museum einen neuen Namen und ein neues Corporate Design zu geben. Die Öffentlichkeit muss mit einem frischen und modernen Auftritt des Museums überrascht werden. Der Wille zum Neuanfang wird dadurch sichtbar.

Unser Vorschlag ist, das Museum umzubenennen in **göttingen museum**. Damit wird deutlich, dass das Museum ein Haus für Göttingen, über Göttingen und mit der Stadtgesellschaft Göttingens ist. Das Museum versteht sich als Portal in die Stadt mit ihren bemerkenswerten Orten, Gebäuden und Geschichten, es bildet schon seit seiner Gründung 1889 eine Brücke zur Universität und es ist auf vielfältige Weise mit der Stadtgesellschaft Göttingens verflochten.

Zu einem neuen Namen und Corporate Design gehört ein neuer Internetauftritt. Die Seite muss übersichtlich, anregend und modern sein sowie einen barrierefreien Zugang bieten. Die Stadt und das Museum sollten ein ausgewiesenes Büro damit beauftragen, die neue Website professionell zu entwickeln. Als virtuelles Schaufenster des Museums dient sie der Kommunikation mit der Öffentlichkeit und ist eine entscheidende Unterstützung des Museums dabei, die derzeit eingeschränkten Ausstellungsmöglichkeiten zu überbrücken.

Für die Dauer der Teilschließung des Museums ist der Internetauftritt ein unverzichtbares Instrument, mit der Öffentlichkeit in einen intensiven Austausch über den Umgestaltungsprozess zu treten, diesen transparent zu machen und die Verbindung zum Publikum zu stärken. Der bereits heute vom Museum betriebene Blog ist ein wichtiger Baustein. Präsenz in sozialen Netzwerken soll ihn ergänzen.

Das im Rahmen des Beteiligungsverfahrens begonnene Einbeziehen der interessierten Stadtöffentlichkeit sollte in geeigneter Weise – Internet, Diskussionsveranstaltungen und Seminare, Exkursionen zu anderen Museen im Umbruch – weitergeführt werden. Für bislang vom Museum kaum erreichte Gruppen der Bevölkerung sind gezielt neue Formate und Kooperationen zu entwickeln.

Wir empfehlen, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Museums professionell auszubauen und zu stärken. Zu einer besseren Wahrnehmbarkeit gehört eine eigenständiger öffentlicher

Auftritt und eine eigene Internetseite. Das Museum sollte entsprechende Kapazitäten erhalten, um seine Öffentlichkeitsarbeit in diesem Sinn ausbauen und pflegen zu können.

Die Kooperation des Museums mit dem Göttingen Tourismus e.V. und dem Förderverein Pro City soll gestärkt werden.

6. Das Museum ist für alle da / Zielgruppen

Ein Museum ist ein öffentlicher Ort. Als solcher ist es für alle Interessierten offen und heißt sie als Gäste willkommen. Die Besucherinnen und Besucher wollen an ihre aktuelle Lebenswelt anknüpfen können, daher muss das Museum auf sein Publikum zugehen und es auf Augenhöhe als Gesprächspartner und Experten seiner Lebenswelt einbeziehen.

Im Rahmen des Beteiligungsverfahrens wurde auf Alumni der Georg-August-Universität, Wissenschaftstouristen, Kongressbesucherinnen und -besucher, Eltern von Studierenden und Erstsemester als Gruppen hingewiesen, die das Museum stärker als bisher in den Fokus nehmen sollte. Das Museum beabsichtigt, für internationale Gäste und Touristen alle Texte im Museum in englischer und deutscher Sprache anzubieten. Wie dies konkret umgesetzt werden kann – ob durch klassische Saaltexte und Begleitbroschüren mit den übersetzten Texten oder durch einen Mediaguide – wird im Rahmen der Neugestaltung des Museums zu erarbeiten sein.

Um ein inklusives Museum zu werden, muss das Museum ein Konzept für die Barrierefreiheit seiner Angebote einschließlich der virtuellen Präsenz im Internet entwickeln, mit dem/der Behindertenbeauftragten der Stadt abstimmen und schrittweise umsetzen. Barrierefreiheit sollte dabei nicht allein die Zugänglichkeit für Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer und Besucher mit Kinderwagen umfassen, sondern auch Einschränkungen des Sehens und Hörens berücksichtigen. Auch Texte in sogenannter leichter Sprache erleichtern den Zugang zum Museum.

Besondere Aktivitäten sind erforderlich, um Menschen mit Migrationshintergrund für das Museum zu interessieren. Desgleichen sollten Strategien entwickelt werden, den Zugang zum Museum so zu gestalten, dass auch sogenannte bildungsferne Schichten sich angesprochen fühlen.

Heranwachsenden als Zielgruppe gilt ein besonderes Augenmerk. Schon heute bietet das Museum zahlreiche Aktionen für diese Gruppe an, von speziellen Führungen über Kindergeburtstage bis hin zu Ferienpassaktionen. Um diese Angebote auszubauen, ist eine museumspädagogische Stelle erforderlich. Die Ausstellungen des Museums sollen Kinder und Jugendliche auch im Rundgang durch das Museum gezielt ansprechen. Hierzu gibt es die unterschiedlichsten Konzepte. Bei der Neugestaltung des historischen Museums in Frankfurt/Main ist geplant, eingebettet in die Dauerausstellung eine „Spur“ für junge Besucher einzurichten². Demgegenüber plant das Stadtmuseum Stuttgart ein sogenanntes „Stadtlabor“ als einen zusammenhängenden Bereich für diese Zielgruppe³. Wir empfehlen für das Museum in Göttingen abteilungsweise Bereiche einzurichten, die die Themen und Geschichten für Heranwachsende zugänglich machen (Arbeitstitel „Kurz und gut!“). Wichtig ist es, Kinder und Jugendliche nicht nur im Rahmen schulischer

Anforderungen zu betreuen, sondern gezielt außerschulische Angebote und Projekte initiieren. Dadurch haben sie die Chance, einen eigenen, unabhängig von der Schule gewachsenen Zugang zum Museum als Ort für tolle Erlebnisse und spannende Aktionen zu entwickeln.

7. „Sie sind dran“ – Die BesucherInnen haben das Wort / Besucherorientierung und partizipative Formate

Im Rahmen des Beteiligungsverfahrens wurde immer wieder der Wunsch geäußert, das Museum als Ort der Kommunikation zu nutzen. Die Besucherinnen und Besucher wünschen sich ein Museum, in dem sie nicht nur staunend vor hinter Glas verwahrten Kostbarkeiten stehen, sondern ein Museum, das an ihre Lebenswelt anknüpft, ein Museum, das zur Diskussion einlädt und das sie mit ihren Beiträgen mitgestalten können.

Anders als zur Entstehungszeit bürgerlicher Museen im 19. Jahrhundert hat heute nicht mehr eine bestimmte bürgerliche Schicht die Deutungshoheit, sondern viele gesellschaftliche Gruppen melden sich zu Wort und beanspruchen Gehör. Das Museum wird zum Dirigenten und Moderator in diesem vielstimmigen Chor, es macht seine Arbeit und seine Entscheidungen transparent und tritt mit der Öffentlichkeit in einen Dialog. Der vom Museum bereits eingerichtete Blog leistet genau dies. Mit den entsprechenden Kapazitäten (professionelle Öffentlichkeitsarbeit) kann das Museum solche Aktivitäten ausbauen.

„Die Einrichtung Stadtmuseum muss zulassen, dass Bürgerinnen und Bürger sich unabhängig von Alter, Herkunft, Bildungsniveau usw. als Experten für ihre Stadt verstehen und ihr Erfahrungswissen einbringen wollen (Partizipation). Vor diesem Hintergrund muss sie auch zulassen, dass Stadtgeschichte nicht mehr auktorial, sondern vielstimmig erzählt wird (Multiperspektivität).“⁴

Dafür wie diese neue Qualität der Kommunikation im Museum gelingen kann, gibt es keine Rezepte, in vielen Städten wird damit experimentiert, neue Formen der Beteiligung auch museumsferner Bevölkerungsgruppen zu finden. In Hannover hat das Historische Museum am Hohen Ufer im Jahr 2012, um ein Beispiel zu nennen, eine Ausstellung mit dem Titel „Talking about my generation. Jung sein in Hannover 2012“ gezeigt. Grundlage waren Objekte und selbst aufgenommene Fotografien von Jugendlichen, mit denen sie ihre Lebenswelten dokumentierten. Der Ausstellung ging eine fünfmonatige Projektphase voraus, in der die Jugendlichen zusammen mit Fotografen und Museumspädagogen in der Stadt und ihren Stadtteilen unterwegs und im Dialog waren. Ein weiteres Beispiel ist die sogenannte Bibliothek der Alten im neuen *historischen museum frankfurt*.

„Nicht mehr die Entwicklung passgenauer Angebote für unterschiedliche Zielgruppen, sondern die Beteiligung der Zielgruppen an dem Design des Angebots steht auf der Agenda.“⁵ Wir empfehlen, das Museum so auszustatten, dass es diesen gewachsenen Anforderungen begegnen und partizipative Formate erarbeiten kann.

Auch räumlich sollte das Museum auf die geänderten Erwartungen antworten, indem es mehr Platz für Begegnungen einplant, etwa im offenen Foyer, in Kinderwerkstätten oder einem Medienraum

8. Das Museum ist richtig gut / Qualitätssicherung

Für die Phase der Neukonzeption und Umgestaltung empfehlen wir, einen wissenschaftlich-gestalterischen Beirat zu bilden. Dem Beirat sollen fachlich versierte Personen aus dem wissenschaftlichen, museologischen, gestalterischen und touristischen Bereich sowie Vertreterinnen und Vertreter der Nutzerseite wie Integrationsbeirat, Behindertenbeirat und Seniorenbeirat angehören. Ihre Aufgabe besteht darin, das Museum fachlich zu beraten, zu unterstützen und bis zur Neueröffnung zu begleiten.

Wir empfehlen, dass das Museum nach seiner Neueröffnung an dem vom Ministerium für Wissenschaft und Kultur in Kooperation mit dem Museumsverband für Niedersachsen und Bremen sowie der Niedersächsischen Sparkassenstiftung initiierten Verfahren für ein Museumsgütesiegel teilnimmt, um das Gütesiegel für Göttingen zu erwerben. Das Verfahren erfolgt in fünf aufeinander aufbauenden Schritten und beinhaltet Selbstauskunft, Beratung, Weiterbildung, Abschlussbericht und Bewertung durch eine Expertenkommission⁶. Es unterstützt das Museum dabei, seine Stärken und Schwächen zu analysieren, bietet fachlichen Rückhalt und kann beim Einwerben von Drittmitteln nützlich sein.

9. Das Museum ist gut vernetzt / Kooperationen und Netzwerke

Die Bundeskulturstiftung hat unter dem Titel „Stadtgefährten“ aktuell ein Programm initiiert, das Stadtmuseen dazu ermutigen will, bei der Suche nach Kooperationspartnern neue Wege zu gehen. Dies macht deutlich, dass Stadtmuseen vielerorts dabei sind, sich besser zu vernetzen und mit individuellen Strategien neue Partner für ihre Einrichtung zu gewinnen.

Das Städtische Museum Göttingen verfügt über langjährige Erfahrung mit Kooperationen unterschiedlicher Art und ist dadurch mit zahlreichen Akteuren in der Stadtgesellschaft vernetzt, sei es mit dem Kulturzentrum *musa*, dem Jungen Theater, dem KAZ oder universitären Instituten. Diese erfolgreiche Netzwerkstrategie sollte es weiterführen und ausbauen können.

In Zukunft wird für das Städtische Museum Göttingen auf der Tagesordnung stehen, mit dem geplanten Universitätsmuseum einen verbindlichen Modus der Kooperation zu entwickeln. Der Museumsleiter gehört dem Beirat für das Forum Wissen an, umgekehrt sollte eine Vertreterin bzw. ein Vertreter des Universitätsmuseums einem zu gründenden Beirat für das *göttingen museum* angehören. Zusätzlich sollte es zukünftig eine gemeinsame Arbeitsebene geben, auf der

gemeinsame Sonderausstellungen, Führungen, Exkursionen und weitere Aktivitäten sowie Programmabsprachen erfolgen.

Wir empfehlen, auch die Kooperation mit der Touristikzentrale der Stadt zu intensivieren und sich stärker als Start- und Ausgangspunkt von Stadtrundgängen und anderen Angeboten zu profilieren.

Das Museum braucht einen starken Freundeskreis, der das Museum in allen Belangen, bei seiner Öffentlichkeitsarbeit und bei Veranstaltungen, vor allem aber auch beim Einwerben von Drittmitteln unterstützt.

10. Das Museum sammelt weiter / Sammeln und entsammeln

Das Städtische Museum hat dank der vorhandenen Eingangsbücher, die seine Sammlungsgeschichte dokumentieren, die Möglichkeit die Genese der Sammlung nachzuzeichnen und zu erforschen. Dadurch wird erkennbar, zu welchen Zeiten viel, zu welchen Zeiten wenig gesammelt wurde und wer welche Sammlungsinteressen verfolgte. Das Entstehen der Sammlung ist so individuell und spannend wie ein individueller Lebenslauf. Im Museum wird diese individuelle Sammlungsgeschichte erforscht, da sie hilft, die einzelnen Objekte und Sammlungsgruppen besser zu verstehen und einzuordnen. Diese Forschung sollte weiter ermöglicht und gefördert werden und auch für das Publikum transparent gemacht werden. Erlaubt sie doch einen Blick hinter die Kulissen und eine Teilnahme an dem, was Museen so spannend macht. Hinter der Ausstellung stehen immer Menschen, die diese konzipieren, die Objekte auswählen, ihnen Wert verleihen und sie in Zusammenhänge einordnen.

Hohen Stellenwert genießt die fachgerechte Dokumentation und Inventarisierung, mit deren Hilfe die Objekte des Museums erfasst und beschrieben werden – Voraussetzung dafür, mithilfe der Objekte Geschichten zu erzählen. Moderne Inventarisierung macht es möglich, den Sammlungsbestand digital zu erfassen, zu beschreiben und mit anderen Häusern abzustimmen.

Sammeln ist auch eine Form der Kommunikation des Museums mit der Öffentlichkeit. Wenn das Museum, die Öffentlichkeit bittet, gesuchte Objekte an das Museum zu leihen oder schenken, ist dies ein Angebot zur Partizipation und verbindet die Geber auf besondere Weise mit dem Haus. Um die Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Göttingen stärker auf das Museum aufmerksam zu machen, kann eine solche Sammelstrategie ein Baustein sein.

Sowohl innerhalb der Stadt als auch im fachlichen Kontext mit anderen Museen ist es sinnvoll, Sammlungsbestand und Sammelstrategien transparent zu machen. Die Abstimmung mit anderen Museen liefert Impulse für den Erhalt und Ausbau der Sammlung, ebenso wie für das Entsammeln, die Abgabe von Objekten an andere Museen und Einrichtungen. Näheres muss ein Sammlungskonzept des Städtischen Museums regeln.

„Die Sichtung der bestehenden Sammlung unter migrationsspezifischen Fragestellungen nach Ereignissen, Lebenswelten, Akkulturationsprozessen sowie der Wechselwirkung von Fremd- und Selbstbildern“⁷ ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem multiperspektivischen Museum.

Eine solche Sichtung kann im Sinne einer Neuentdeckung der Sammlung dazu führen, dass historische Objekte als spannende Zeugen zum Thema Migration befragt werden können und neue Einsichten erbringen. Gleichzeitig kann deutlich werden, dass Facetten der Göttinger Geschichte „unterbelichtet“ sind, bestimmte Bevölkerungsgruppen im Museum kaum repräsentiert werden und der Sammlungsbestand möglicherweise große Lücken aufweist. In letzterem Fall ist es eine langfristige Aufgabe, aktiv gegenzusteuern.

11. Kein Museum ohne qualifiziertes Personal / Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Dem Museum fehlt eine Stelle für Museumspädagogik. Deren Aufgabe besteht darin, museumspädagogische Konzepte **und** Programme für die unterschiedlichen Zielgruppen zu erarbeiten und Angebote für alle Zielgruppen des Museums (nicht nur Kinder und Jugendliche, z.B. auch Seniorinnen und Senioren) anzubieten und durchzuführen. Außerdem leitet eine museumspädagogische Kraft freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Ehrenamtliche an, führt Schulungen und Fortbildungen für diese durch, um sie zu befähigen, die pädagogische Arbeit des Museums eigenständig zu betreuen und zu unterstützen. Ziel ist einen Pool an motivierten Ehrenamtlichen bzw. über Honorargelder bezahlte Hilfen zu gewinnen, um Führungen, Vorhaben aller Art, auch partizipative und ungewöhnliche Projekte anstoßen zu können.

Ein weiteres Desiderat ist, wie schon formuliert, eine Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit des Museums. Dies umfasst sowohl den Print- als auch den Webbereich sowie die Kontaktpflege auf lokaler und überregionaler Ebene und das Entwerfen von Marketingstrategien im Verbund mit Stadt und Tourismuseinrichtungen.

12. museum is back / Interimszeit bis zur Wiedereröffnung des kompletten Museums

Das Museum leistet einen unverzichtbaren Beitrag zur lokalen Museumsszene. Wenn auch das Forum Wissen als Akteur auf den Plan tritt, kann es Göttingen gelingen, museal aufzuholen und wie im Bereich Theater oder Musik zu einem Leuchtturm zu werden. Die Frage des Standorts des Stadtmuseums sollte so bald wie möglich gelöst werden, da die lange Phase der Ungewissheit dem Ansehen der Stadt und des Museums schadet.

Wir empfehlen, die Interimszeit bis zur vollständigen Wiedereröffnung des Museums zu nutzen, um den im Beteiligungsverfahren begonnenen Dialog mit der Öffentlichkeit fortzusetzen. Dafür sind geeignete Formate zu entwerfen. Für sinnvoll halten wir gezielte Überlegungen dazu wie auch museumsferne Bevölkerungskreise erreicht werden können. Vorhandene Kontakte und Kooperationen sollten gepflegt und verstetigt werden, neue Kooperationen werden folgen.

Als konkrete Schritte, die Neuprofilierung einzuleiten, schlagen wir öffentlichkeitswirksame Aktivitäten vor, die den Willen zum Neubeginn unterstreichen.

Für unerlässlich halten wir, das Museum im Stadtraum präsenter werden zu lassen. Neben klassischen Hinweisschildern und Werbeflächen können z.B. dezentrale Verweise auf das Museum, icons o.ä., entwickelt werden, die an den Gedenktafeln in der Stadt Hinweise auf das Museum geben. Idealerweise bietet das Museum außerdem einen **Mediaguide** mit einer entsprechenden Führung durch die Innenstadt an. Zu entwickeln sind darüber hinaus Aktionen, mit denen das Museum seine Präsenz in der Stadt und den Stadtteilen erhöht, aus dem Haus und auf seine Zielgruppen zugeht, in Jugendzentren, Theatern, Buchhandlungen etc. vor Ort ist.

Denkbar ist eine breit angelegte **Plakataktion** unter dem (Arbeits)Titel „Ich bin Göttingen“, die die als erster Schritt zur Realisierung des im Beteiligungsverfahren vorgeschlagenen Themenbereiches zu prominenten und nicht-prominenten Göttingern und deren Verortung in der Stadt anzusehen wäre.

Gut geeignet, die Öffentlichkeit über den Prozess der Neuorientierung zu informieren, wäre auch eine attraktiv gestaltete, leicht zu bewegende **Wanderausstellung**, die über die geplanten Veränderungen informiert und die Betrachter auffordert, sich an der Neukonzeption mit eigenen Ideen zu beteiligen und einzubringen

Möglicherweise kann als erster Schritt zur Neukonzeption auch bereits ein **interaktives Stadtmodell** konzipiert werden, dass im Verbund mit icons an den Gedenktafeln in der Stadt eine erste neugestaltete Themeneinheit für das zukünftige Museum darstellt. Diese Einheit, die Informationen und Geschichten zu den auf den Gedenktafeln genannten Personen liefert und anschaulich und unterhaltend aufbereitet. könnte bis zur Neueinrichtung des Museums vorübergehend im Foyer des Hardenberger Hofes platziert werden und neugierig machen auf das neue göttingen museum. Konzeptionell wäre diese Planung als Teil des zu schaffenden Leitsystems für das Museum anzusehen und mit dem Forum Wissen abzustimmen.

Das Museum sollte in der Interimszeit so ausgestattet werden, dass es mit Sonderausstellungen und Veranstaltungen weiterhin mit der Öffentlichkeit präsent ist. Denkbar sind Sonderausstellungen im Alten Rathaus oder an anderen Ausstellungsorten in Göttingen, spannend wäre es auch, **ungewohnte Ausstellungsorte** zu bespielen.

Als Start einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem Forum Wissen sollte eine erste **Sonderausstellung als Kooperationsprojekt** initiiert werden, die zeigt, welches Potential aus dem Zusammenwirken beider Partner zu gewinnen ist.

Fahrplan für die Neugestaltung

Im Folgenden skizzieren wir knapp, wie ein Fahrplan für die Neupositionierung des Städtischen Museums aussehen könnte.

Standortentscheidung treffen

Projektleitung und -team bilden

Auswahl eines Ausstellungsarchitekten/-gestalters, Erarbeiten eines Gestaltungskonzeptes

Öffentlichkeitsarbeit für die Neugestaltung und Unterstützung einwerben: Förderkreis, Museumsverbände, Drittmittelgeber und Sponsoren

Bauliche Sanierung planen und durchführen, inkl. Zeit- und Kostenplanung

Erarbeiten eines Zeitplans sowie eines Kosten- und Finanzierungsplans für die Neueinrichtung der Dauerausstellung

Förderanträge bei Drittmittelgebern auf den Weg bringen

Gründen eines wissenschaftlich-gestalterischen Beirats, der das Museum bei dem Neugestaltungsprozess konstruktiv und mit wissenschaftlichem ebenso wie gestalterischen Sachverstand begleitet

Erarbeiten eines inhaltlichen Konzeptes und eines Drehbuches für die neue Ausstellung

Entwurf, Ausführungsplanung und Objektbetreuung durch Ausstellungsarchitekten/-gestalter

Umsetzung der Neugestaltung

Für die gesamte Phase der Umgestaltung braucht das Museum starke Partner, um neben der virtuellen Präsenz auch weiterhin im Stadtraum, mit Ausstellungen, Veranstaltungen und Aktionen präsent zu sein. Das Museumskonzept soll in attraktiver Form professionell gestaltet werden, so dass es als ein Instrument für das Umgestaltungsvorhaben und für das Einwerben von personaler und finanzieller Unterstützung genutzt werden kann.

Verfasserin: Martina Jung, ikon Ausstellungen

¹ Zit. nach Susanne Feldmann, Grundlegung für eine ständige Ausstellung zur stadtgeschichte in einem lebendigen Kommunalmuseum, in Jahrbuch für hallische Stadtgeschichte, 2014

² vgl. Jan Gerchow, Stadtmuseen im Zeichen der Globalisierung. Positionen für die Neukonzeption des *historischen museums frankfurt*, in: Museumskunde, 2, 2012

³ <http://www.stadtmuseum-stuttgart.de/stadtlabor-konzept.html>

⁴ Susanne Feldmann, Grundlegung für eine ständige Ausstellung zur stadtgeschichte in einem lebendigen Kommunalmuseum, in Jahrbuch für hallische Stadtgeschichte, 2014

⁵ Jan Willem Huntebrinker, Historisches Museum oder Stadtmuseum? Partizipation und das Selbstverständnis des Geschichtsmuseums Hannover, in: Michele Barricelli, Tabea Golgath (Hrsg.), *Historische Museen heute*, Schwalbach/Ts 2014, S. 41 bis 49

⁶ <http://www.mvnb.de/museumsguetesiegel/das-verfahren/bausteine/>

⁷ AK Migration in Bulletin des Deutschen Museumsbundes, Ausgabe 2, 2015