

Museumspädagogik: Bildung "light" für "Jedermann"?

Eichholz, Daniela

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Eichholz, D. (2006). Museumspädagogik: Bildung "light" für "Jedermann"? In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 4373-4382). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-142088>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Museumspädagogik – Bildung ›light‹ für ›Jedermann‹?

Daniela Eichholz

1. Einleitung

Im Mittelpunkt dieses Beitrags stehen solche Freizeit- und Kultureinrichtungen, die – einem neueren ›Branchentrend‹ folgend – ein ›hybridisiertes‹ Angebot aus Unterhaltung und Bildung bereitstellen. Dieser Trend hat mittlerweile ebenso ehemals vorwiegend vergnügungsorientierte Freizeitanlagen (Themen- und Freizeitparks) wie auch traditionell (eindeutig) bildungsorientierte Einrichtungstypen (Museen, Zoos) erfasst und schlägt sich deutlich sichtbar in der seit Mitte der 1990er Jahre allorten zu beobachtenden Neugründung von *Science- und Edutainment-Centers* nieder, die als symptomatische Einrichtungsform dieser Entwicklung zu betrachten sind. Matthias Horx (2004: 2) spricht in diesem Zusammenhang gar von einem Paradigmenwechsel bei den Massenvergnügungen in der Wissensgesellschaft als Antwort auf die Notwendigkeit freiwilligen lebenslangen Lernens in der Freizeit bzw. von einer Modifikation klassischer Freizeitparks zu interaktiven Science-Parks.¹

Die eingangs skizzierte Hybridisierung von Unterhaltung und Bildung wird in einem sich aktuell am Ende der Vorbereitungsphase befindenden Forschungsvorhaben² in den Blick genommen: In diesem werden ›Science Centers‹, für die sich

1 Der Konkurs des Bremer ›Space Centers‹ – einer Edutainmenteinrichtung, der unlängst eine beachtliche Medienaufmerksamkeit zuteil wurde – stellt noch keine Falsifikation solcher Prognosen dar. Der Hauptgrund für diese Fehlplanung, deren Kosten vom Entwurf bis zum letzten Öffnungstag 500 Millionen Euro betragen haben, ist Presseberichten zufolge nicht auf der programmatischen Ebene zu suchen (vgl. ausführlicher dazu: Wiegand 2004).

2 Der Beitrag bezieht sich auf ein derzeit projektiertes bzw. (in 2005) zu beantragendes Drittmittelvorbahn, das am Lehrstuhl für Allgemeine Soziologie der Universität Dortmund unter der Leitung von Prof. Dr. Ronald Hitzler umgesetzt werden soll. Ungleichheitsrelevante Aspekte sind (noch) nicht in den Katalog der Forschungsfragestellungen aufgenommen, könnten jedoch zu einem zusätzlichen Betrachtungsfokus werden, sofern sie von den jeweils untersuchten Akteuren vermehrt als (handlungs- und/oder planungs-)relevant markiert oder thematisiert werden. Weitere Informationen (in Kürze) unter: <http://www.hitzler-soziologie.de>. Umfassend in den Blick genommen ist der Trend zur Durchmischung von Spaß und Kompetenzentwicklung (in Jugendszenen) außerdem bei Hitzler/Pfadenhauer (2004).

rezent eine Phase der Institutionalisierung zu Stätten des informellen lebenslangen Lernens abzuzeichnen scheint, nicht etwa wie in der Mehrzahl der thematisch einschlägigen Publikationen (allein) auf ihre Lernwirksamkeit hin erforscht. Vielmehr wird »das Ingesamt« der kommunikativen und interaktiven Prozesse der Vergnü- gungs- und/oder Lernerlebniskonstruktionen aus unterschiedlichen Blickwinkeln (unter Verwendung nicht-standardisierter, ethnographischer Methoden) rekon- struiert; das heißt es werden alle (potentiell) relevanten vor und hinter den Kulissen tätigen Akteure in die Betrachtung einbezogen: das Einrichtungsmanagement, die Entwickler bzw. Planer, Fachwissenschaftler, Pädagogen sowie das Service-, Ver- mittlungs- und Aufsichtspersonal. Dabei besteht eine forschungsleitende Heuristik darin, dass sich eine Analyse der Relation zwischen Kompetenzen der Nutzung und Strategien der (zweckentfremdenden) Umnutzung des Gesamtarrangements oder einzelner Exponate (durch die Besucher) einerseits und der vorgesehenen Nut- zungsformen (durch die Einrichtungsbetreiber) andererseits als besonders auf- schlussreich in Bezug auf die Forschungsfrage erweisen wird.

Die nachfolgenden Ausführungen sind als eine Zwischenbilanz auf der Basis ei- ner ersten projektvorbereitenden Feldsondierung, Datensammlung und -analyse zu verstehen. Nichtsdestotrotz scheinen hiermit (mögliche) Forschungsdesiderate für die Ungleichheitsforschung und die Professionssoziologie skizziert zu sein.

2. Museumspädagogik, Edutainment und Public Understanding of Science

Dem Beitrag liegt ein weites Verständnis des Begriffs »Museumspädagogik« zu- grunde. Tatsächlich geht es um zwei aktuell zunehmend eingesetzte Konzepte, die in ihrer jeweils eigenen Art über das hinausweisen, was man gemeinhin mit Muse- umspädagogik im engeren Sinne assoziiert: das sogenannte »Public Understanding of Science-Konzept« (im Folgenden: PUS) und das inzwischen ebenso weit verbreitete »Edutainment-Konzept«.

»Edutainment« – eine Wortschöpfung, die »Education« und »Entertainment« semantisch verbindet – bezeichnet im Kontext von Freizeit- und Kultureinrichtun- gen den konzeptionellen Versuch, Lern- und Unterhaltungselemente auf eine für die Besucher möglichst attraktive Weise zu verbinden (vgl. Nahrstedt u.a. 2002a und 2002b). Kennzeichnend für die Edutainment-Mixtur ist, dass die unterhaltsa- men Anteile überwiegen. Typisch für Einrichtungen, die das Edutainment-Konzept anwenden, sind (begehbare) Simulatoren und Simulationsräume, in denen der Besu- cher eine (Körper-)Erfahrung machen soll (z.B. das Abtauchen in die Tiefsee), bei

der es wiederum um die Vermittlung einer Botschaft geht (z.B. »Rettet die Ozeane«). Edutainment-Exponate machen also »etwas« mit dem Besucher, das Staunen und neue Eindrücke hervorrufen soll. Der *Anspruch* von Einrichtungen, die hauptsächlich mit dem Edutainment-Konzept arbeiten, ist mit *Erzeugung von Interesse für ein Thema* auf den Punkt gebracht. Edutainment *kann* als ein Teilkonzept in die Gesamtkonzeption von Science Centers integriert sein – außerdem hat sich mittlerweile eine das Edutainment-Konzept in »Reinform« nutzende, eigenständige (gegen Science Centers abzugrenzende) Einrichtungsform etabliert: das Edutainment Center.

Science Centers und ein Großteil modernisierter Museen arbeiten demgegenüber vorwiegend mit dem PUS-Konzept (seltener auch »Public Understanding of Sciences and Humanities« (PUSH) genannt).³ PUS kann bzw. soll durchaus ebenfalls unterhaltende Elemente enthalten, zielt aber nachdrücklicher als dies bei Edutainmentkonzepten der Fall ist auf die Vermittlung von Bildungsinhalten (vgl. Bellanger 2003; zur Übersicht Beiträge in Weitze 2001). Während die spezifische *inbaltliche* Ausrichtung der in Edutainmentkonzepten enthaltenen Bildungsanliegen bei einer unterhaltsamen Erzeugung von »Wissbegierde« bzw. der Förderung von Interesse an bestimmten Themengebieten endet, beinhaltet PUS (typischerweise) die Zielvorstellungen, die Kluft zwischen Wissenschaftslaien und -experten zu überbrücken und somit über eine »Demokratisierung« des Wissens die Partizipationschancen aller Bürger an einer »Wissensgesellschaft« zu verbessern, mittels Wissensvermittlung ein tiefergehendes Verständnis für den wissenschaftlichen Fortschritt und seine Auswirkungen zu befördern und so ein Gefühl der »Sicherheit« angesichts der sich in allen Wissenschaftsdisziplinen rasant vollziehenden Innovationszyklen zu erzeugen (vgl. nochmals Bellanger 2003; Seltz/Sieglerschmidt 2001; Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft 1999). Auf eine kurze Formel gebracht: Science Centers (und PUS) sollen zu einer *als »Scientific Literacy«* bezeichneten basalen Kompetenz beitragen (vgl. exemplarisch Winter 2001). Der *Anspruch* derartiger Einrichtungen *reicht also über die Vermittlung von Inhalten hinaus – der Besucher soll die Kompetenz entwickeln, sich eine (wissensbasierte) Meinung zu bilden und diese (argumentativ) zu vertreten.*

Demgegenüber entsprechen museumspädagogische Programme (derzeit) vielfach (noch) dem Anschauungsunterricht bzw. die Vermittlung in traditionellen Museen erfolgt unter Verwendung von Texttafeln und dem schulischen Frontalunterricht ähnelnden Führungen. Aber auch hier wandelt sich – unter dem Schlagwort »Besucherorientierung« – die Art der Vermittlung und es etablieren sich »Mitmach-

3 In einer weiteren, gängigen Begriffsverwendung bezeichnet PUS ein Rahmenprogramm zur Popularisierung von Wissenschaft, dem Science Centers neben »Popularisierungsinitiativen« – als ein (mögliches) Medium untergeordnet sind (vgl. Schaper-Rinkel/Giesecke/Bieber 2001; zur Popularisierung vgl. Beiträge in Kretschmann 2003 und Wolfschmidt 2002).

angebote« und andere »Events« als Strategien der »Kundenansprache und -bindung«: Eine Entwicklung, die unter Museologen durchaus umstritten ist (vgl. exemplarisch Waidacher 2001). Erst allmählich öffnen sich Museen dem Edutainment- oder PUS-Konzept. Der *Anspruch* von Museen besteht in der Regel in der *Vermittlung eines »Inhalts« und ist nicht selten gekoppelt an die Vorstellung eines als notwendig erachteten Bildungskanonwissens.*

3. Der mehrstufige Aufbau der Wissensvermittlung

»Wissenschaft muss nicht immer trocken und kompliziert sein. Wer das Universum® Science Center Bremen besucht hat, der weiß: Wenn Kinder, Jugendliche und Erwachsene selbst zu Akteuren werden, kann Wissenschaft absolut spannend und einleuchtend sein. (...) Wir wollen zum Staunen animieren und den Phänomenen unserer Welt in erster Linie spielerisch auf den Grund gehen.« (Universum Management GmbH o.J.: 8)

So und ähnlich formulieren Science- und Edutainment-Centers die Einladungen zum unterhaltsamen Lernen in ihren Materialien der Öffentlichkeitsarbeit wie etwa Werbebroschüren und Internetseiten.⁴ Die Verlockung zu einem Science Center-Besuch ist gängigerweise durch das Angebot eingefärbt, etwas selbst entdecken, Unfassbares zu »be-greifen«, also durch »anfassen« verstehen zu können.

In Vorträgen und Tagungsbänden wird diese Einladung zum gemeinsamen Lernen in die Problematisierung eines »Aufholbedarfs« seitens der (potentiellen) Besucherschaft gewendet. Beispielsweise erinnert die museumspädagogische Rede davon, dass »man« zur Erfüllung des Auftrags neuartiger Agenturen der Wissensvermittlung bzw. angesichts gesellschaftlicher Wandlungsprozesse zu einer Wissensgesellschaft »den Besucher dort abholen müsse, wo er steht« (vgl. exemplarisch Lörwald 2000: 194), an eine aus der Sozialpädagogik bekannte Form der Legitimationsrhetorik zur Schaffung und Erhaltung von Aufgabenbereichen. Und tatsächlich findet sich die Annahme der Bildungsbedürftigkeit einer nicht näher spezifizierten breiten Bevölkerungsgruppe, deren Bildungsbestrebungen »Starthilfe« zu geben ist, auch in der programmatischen Selbstpositionierung neuerer Freizeitlernorte – denn gegenüber den Museen, deren Status als Volksbildungsinstitution gefestigt ist, müssen sich Einrichtung aus dem Umfeld der Freizeitindustrie erst noch Geltung verschaffen. Einige Versuche der Verortung in der Bildungslandschaft reichen sogar so

4 Zudem berichten Zeitungen (wöchentlich) über geplante Anlagen und Neueröffnungen. Während im Hinblick auf Planungen zumeist das finanzielle Risiko für kommunale und privatwirtschaftliche Investoren im Vordergrund steht, lässt sich die Berichterstattung über Neugründungen als durchweg positiv bezeichnen: die Rede von der »Fitness fürs Gehirn« scheint sich durchzusetzen.

weit, Museen, Science und Edutainment Centers als (einzige) 350 Tage im Jahr geöffnete »Problemlöser« zur Bewältigung einer alle Gesellschaftsmitglieder betreffenden Anforderung des freiwilligen lebenslangen Lernens in der Freizeit hervorzuheben (vgl. Fehlhammer 1999).

In der (brancheninternen) Selbstdarstellung, in der (programmatischen) Gestaltung der Einrichtungen und nicht zuletzt in Interviews mit Einrichtungsbetreibern finden sich zahlreiche Hinweise darauf, dass die Ungleichheitsthematik in der Bearbeitung der Frage nach den Zielsetzungen bzw. Nutzungsvorstellungen der Anbieter im Verhältnis zu den Erwartungen bzw. dem tatsächlichen Nutzungsverhalten der Besucher nicht (einfach) ignoriert werden kann.

Der Besuch eines Science Centers schlägt mit durchschnittlich 8 Euro für Erwachsene und 5 Euro für Kinder zu Buche – der Besuch eines Edutainment Centers mit 22 Euro für Erwachsene und 18 Euro für Kinder. Mit der Festlegung der Eintrittspreise *kann* eine Barriere für die finanziell (oder besser: sozial) Schwachen beabsichtigt sein. So wird in einem Interview ein Konflikt um die Preispolitik thematisiert: Während die Marketingabteilung eines Edutainment Centers dafür plädierte, den rückläufigen Besucherzahlen durch eine Absenkung der Preise entgegenzuwirken, argumentierte die Geschäftsführung damit, dass ein hoher Eintrittspreis das einzig wirksame Mittel sei, um »ein schwieriges Klientel aus der Einrichtung herauszuhalten. Inwieweit solche Strategien der Publikumsauswahl oder Imagepflege sich auch in weiteren Einrichtungen zeigen, bleibt abzuwarten.

Ist der Besucher erst einmal »drin«, gestaltet sich der Umgang mit der hinsichtlich Alter, Bildungsstand (etc.) ungleichen Kundschaft zunächst gleich. Die Unterhaltungs- und Lernelemente in Science und Edutainment Centers sollen dem Anspruch nach für alle Zielgruppen gleichermaßen interessant und verständlich sein. Das Einrichtungsmobiliar ist zumeist mit Aufforderungen zum Ausprobieren versehen bzw. mit Schildern, die eine Bedienungsanleitung oder Fragestellung aufweisen. In der Regel wird dabei auf komplexe Erklärungen verzichtet, da das Informationsangebot den Besucher nicht überfordern soll. In der Ausstattung von Science Centers überwiegen Modelle und Experimentierstationen, womit nicht kostbare, zur distanzierten Anschauung vorgesehene Exponate in Glasvitrinen, sondern »Hands-on-Exponate« gemeint sind: »Erfahrungsfelder der Sinne«, die zum »Be-greifen« animieren und komplexe Phänomene anschaulich machen sollen, auch wenn dabei die entsprechenden Naturgesetze oder Formeln nicht immer (vollständig) verständlich werden (vgl. Fiesser 1996; Bellanger 2003; Körber 2004). Ferner zählt, wenn auch relativ selten, die Vermittlung durch Personal (sogenannte »Scouts«, die Besuchern bei Experimenten assistieren) zum ausstellungsdidaktischen Repertoire von Science Centers. Zu den Besonderheiten des Science Center-Settings gehört außerdem eine »warenförmige« Darbietung der Exponate, ohne vorgegebene ausgeschilderte Rundgänge und häufig ohne eine Sortierung nach Teilthemen oder

Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Bellanger 2003). Während Ausstellungsgegenstände in Museen vorwiegend entlang der Wände angeordnet sind, überwiegen in Science Centers freistehende, von mehreren Seiten zugängliche Exponate, womit nicht nur eine Rund-um-Betrachtung der Experimente ermöglicht, sondern auch Interaktionen zwischen den Besuchern gefördert werden soll(en). Das »One-Size-Fits-All-Prinzip« der Einrichtungsgestaltung deckt sich mit der Ankündigung, man habe es mit einem Ort des Staunens, Spielens und Entdeckens zu tun. Und wie erste Beobachtungen und Gespräche mit Besuchern zeigen, werden derartige Orte mehrheitlich als Spiel- und weniger als Lernarrangements wahrgenommen.

Die Möglichkeit, neugewonnene Eindrücke in vertieftes Wissen über ein Thema umwandeln zu können, wird allerdings dadurch begünstigt, dass der Besucher über das Gesamtangebot der Vermittlungstechniken und -medien einer Einrichtung vorinformiert ist. Bei genauerer Betrachtung lassen sich unterschiedliche inhaltliche Niveaus ausmachen, die sich dem einrichtungsunerfahrenen Besucher nicht von selbst erschließen. Während Edutainment Centers in den seltensten Fällen Printmaterialien zu ihren Ausstellungsthemen anbieten, sind in Science Centers und modernisierten Museen weiterführende Informationen in die Kataloge »verschoben«. Katalogtexte sind vielfach nicht generell unabhängig von Alter und Vorwissen verständlich, sondern richten sich weit häufiger an eine erwachsene Zielgruppe mit höheren Bildungsabschlüssen. Diese Einteilung in Angebote für Anfänger und Fortgeschrittene wird nicht explizit als solche ausgewiesen. Hier liegt die Vorstellung eines einrichtungskompetenten Besuchers zugrunde, der bereits vor Besuchsantritt über den mehrstufigen Aufbau Bescheid weiß, der also seinen Besuch vorbereitet, nachbereitet und das erworbene Wissen gegebenenfalls (sogar) weitervermitteln will.

Der mehrstufige Aufbau der Gesamtkonzeption zeigt sich auch in der Verwendung von Funksystemen, mit denen Besucher via Kopfhörer ergänzende Audioinformationen empfangen können. Diese Funksysteme können wiederum in verschiedene Sparten unterteilt sein, etwa in unterschiedliche Ansprachen für Kinder, Schüler und Erwachsene oder (zusätzlich) eine gesonderte Abstufung zwischen Basisinformationen für Laien und mit Hintergrundinformationen angereicherten Audiokommentaren für Fachleute und (sogenannte) Multiplikatoren aufweisen. Die Voraussetzung dafür, einen jeweils »passenden« Empfänger zu erhalten, ist die Initiative des vorinformierten und einschlägig interessierten Besuchers.

4. Ansprüche der ›Professionellen‹⁵ in der Umsetzung von ›Bildung light‹

Umgekehrt wird ›Gelegenheitsbesuchern‹ ein eher oberflächliches, fachthemen-indifferentes Interesse an ›anregender Entspannung‹ sowie die Suche nach Anknüpfungspunkten der vermittelten Inhalte an individuelle biographische und alltägliche Erfahrungen unterstellt. Diese unterstellten Ansprüche werden wiederum von den ›Machern‹ problematisiert: Während Ausstellungsdidaktiker eine derartige Publikumshaltung als Offenheit und somit als Chance zur Wissensvermittlung werten, sehen Fachwissenschaftler einen – von Seiten der Ausstellungsdidaktiker eingeforderten – ›publikumsorientierten Kompromiss‹ zwischen Unterhaltungs- und Informationskomponenten nicht selten als gravierende Verkürzung in der Darstellung ›ihrer‹ Themengebiete.

In diesem Zusammenhang wird problematisch, dass dieselbe Ausstellungseinheit verschiedenen Mitarbeitern zugewiesen wird, Ausstellungsbereiche also von mehreren Fachkräften bearbeitet werden, die jeweils voneinander abweichende Aufträge haben und dementsprechend unterschiedliche Prioritäten setzen können. Einrichtungsleiter berichten diesbezüglich von Konflikten, zum Beispiel wenn Fachwissenschaftler, Ausstellungsgestalter oder Kuratoren museumspädagogische Maßnahmen in ihren Zuständigkeitsbereichen verweigern oder wenn sich kein Konsens in der gemeinsamen Gestaltung eines Ausstellungsbereichs erzielen lässt. Das heißt in diesen Kontexten treffen Spezialisten⁶ aufeinander, die ihr jeweiliges Spezialgebiet optimal repräsentiert wissen wollen. Und nicht immer steht der Besucher bzw. die Wissensvermittlung im Zentrum der Repräsentationsabsicht. Eine mögliche, noch eingehend empirisch zu überprüfende, Begründung für Interessenkonflikte zwischen den mit verschiedenen Aufgaben betrauten Mitarbeitern lässt sich aus der Thematisierung der eigenen beruflichen Biographie der bislang Interviewten herleiten, die mit der Wendung ›eigentlich bin ich von Haus aus‹ eingeleitet

5 Der Begriff des Professionellen steht in diesem thematischen Zusammenhang auf einem eher wackligen Fundament: Bislang gibt es noch keinen speziellen Studien- oder Ausbildungsgang und keine konkrete Berufsbezeichnung für das Tätigkeitsprofil des Einrichtungsbetreibers in dieser Branche. Selbst die Bezeichnung ›Betreiber‹ ist ein von uns gesetzter, vereinfachender Sammelbegriff für diejenigen, die den Einrichtungsbetrieb leiten und verantworten und die sich selbst mal als Geschäftsführer, Manager oder (Abteilungs-)Leiter bezeichnen. Eine Ausprägung von Kooperationsnetzwerken als Indiz für eine zunehmende Professionalisierung lässt sich aktuell in Deutschland und Europa für Science Centers beobachten. Weniger weit fortgeschritten erscheinen solche Prozesse für Edutainment Centers – abgesehen von einigen wenigen Beraterfirmen und Brancheninformationsdiensten im Internet. Wenn hier also von Professionellen die Rede ist, dann meint dies zunächst ›sich-selbst-als-professionell-Verstehende‹, während in einem professionssoziologischen Sinne demgegenüber von ›Als-ob-, ›Proto- oder ›Pre-Professionellen die Rede sein müsste.

6 Zum Begriff des Spezialisten siehe ausführlich: Pfadenhauer (2003).

wird. In einigen Fällen wird die aktuelle Beschäftigung als ein Bruch in der eigentlich angestrebten Karriere markiert. In Ermangelung besserer Stellenangebote sehen einige Mitarbeiter ihre Tätigkeit als eine Übergangslösung an, in der sie nur einen Bruchteil ihres fachspezifischen Wissens anwenden können. Hier zeigen sich also bereits unterschiedliche professionelle Selbstverständnisse. Ein erster Typisierungsversuch könnte folgendermaßen aussehen:

| Professionelles Selbstverständnis | |
|---|--|
| (Anliegen) Einen Bildungsauftrag haben – Programmatische und gestalterische Absichten werden durch pädagogische Ambitionen begründet. Der Besucher, als zentraler Bezugspunkt des beruflichen bzw. professionellen Handelns, soll etwas lernen. | (... liegt vor bei) Museumpädagogen Ausstellungsdidaktikern Einrichtungsmanagement |
| Wirtschaftliche Interessen verfolgen – Alle programmatischen und gestalterischen Mittel sind recht, um die Besucherzahlen konstant zu halten. Das handlungsleitende Motiv ist mit Einrichtungserfolg, im Mindesten aber mit Erhaltung des eigenen Arbeitsplatzes zu umschreiben. | Marketingabteilung Einrichtungsmanagement Planern/Gestaltern |
| Erlebnisse anbieten – Eine ansprechende, ästhetische räumliche Gestaltung, in der Besuchern längere Aufenthalte angenehm sind und die zum Wiederbesuch animiert, wird als essentiell vorausgesetzt. Künstlerische und technische Maßstäbe der Umsetzung können dabei ebenso im Zentrum des Anspruchs an die eigene Leistung stehen wie das Ziel der Besucherzufriedenheit. | Raumausstattern Künstlerischen Mitarbeitern Innenarchitekten Ingenieuren/Technikern Planern/Gestaltern |
| Wissenschaftler/Fachmann sein – Die zuvor genannten Selbstverständnisse treten zugunsten der Beschäftigung mit der jeweils eigenen Herkunftsdisziplin bzw. des eigentlichen Berufsfeldes in den Hintergrund. Wichtiger als die Allgemeinverständlichkeit der zu vermittelnden Inhalte ist, dass diese gemäß des aktuellen Standes der Forschung ausführlich, vollständig und korrekt dargestellt sind. Nicht ausgeschlossen ist, dass Durchmischungen dieser Selbstverständnisse in der Vorstellung vom jeweils eigenen beruflichen Auftrag vorliegen. | Fachwissenschaftlern Fachleuten (aus branchenfremden Kontexten) |

Die besondere Leistung der Einrichtungsbetreiber scheint darin zu bestehen, die Gestaltungs- und Vermittlungsaktivitäten dieser unterschiedlich motivierten Mitarbeiter zu koordinieren, so dass ein stimmiges Gesamtangebot entsteht. Ob dieses stimmige Angebot vorwiegend aus allgemeinverständlicher Bildung light für Jedermann besteht oder ob damit eher Weiterbildungsbedürfnisse fachkundiger Besucher

befriedigt werden und ob und wie unterschiedlich adressierte Angebotsanteile kombiniert und durchmischt werden, unterscheidet sich – so der derzeitige Eindruck – jeweils von Einrichtung zu Einrichtung.

5. (Anstelle eines) Fazit(s): Forschungsperspektiven

Scheinen also in den Ausstellungsgestaltungen ›Unterschiede‹ innerhalb der Besucherschaft zunächst nivelliert, so finden sich in den Einrichtungskonzeptionen, der Zielgruppenorientierung und in den Abläufen der Einrichtungsgestaltung je mehr oder weniger augenfällig ausgeprägte ›Strategien‹ zum Umgang mit ungleichen ›Besuchertypen‹ und den Ansprüchen, die diese eben doch ›unterschiedlich weit weg stehenden‹ Besucher an derartige Freizeit-Bildungsangebote stellen (können).

Für die Ungleichheitsforschung ist hier ein mögliches Forschungsfeld markiert: Dem ersten Eindruck nach bleiben die Chancen zum Ausgleich von Wissensdefiziten und/oder Bildungsunterschieden und somit auch die Chancen zur Partizipation an einem Diskurs zu den (möglichen) Konsequenzen des wissenschaftlichen Fortschritts für ungleiche Gruppen einer breiten Bevölkerung mit unterschiedlichen Startvoraussetzungen ungleich. Aber auch für die Professionssoziologie scheinen Anknüpfungspunkte zu bestehen: Zum einen erscheinen die Kooperationsanforderungen an ›Spezialisten‹ untersuchungsbedürftig, zum anderen das sich hier möglicherweise neu entwickelnde Berufsfeld.

Literatur

- Bellanger, Silke (2003), »Zwischen Nähe und Distanz. Vermittlung von Wissenschaft und Technik in Science Centers«, in: Allmendinger, Jutta (Hg.), *Entstaatlichung und soziale Sicherheit, Verhandlungen des 31. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Leipzig 2002*, Bd. 2, Opladen, S. 915–927.
- Fehlhammer, Wolf Peter (1999), »Braucht Deutschland Science Center? 7+2 Thesen zur Zukunft der Museen«, *Museumskunde*, Jg. 64, H. 2, S. 39–44.
- Fiesser, Lutz (1996), »Science-Zentren. Interaktive Erfahrungsfelder mit naturwissenschaftlich-technischer Grundlage«, in: Fauser, Peter/Madelung, Eva (Hg.), *Vorstellungen bilden. Beiträge zum imaginativen Lernen*, Velber, S. 125–142.
- Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (2004), *Unsichtbare Bildungsprogramme?, Zur Entwicklung und Aneignung praxisrelevanter Kompetenzen in Jugendszenen*, Expertise im Auftrag des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder des Landes Nordrhein-Westfalen, im Erscheinen.
- Horx, Matthias (2004), »Die neuen (Frei-)Zeitmärkte«, *Zukunftsliter*, Jg. 8, S. 2–3.

- Körper, Klaus (2004), »Hands on« Wissenschaft zum Anfassen im Science Center«, in: Conein, Stephanie/Schrader, Josef/Stadler, Matthias (Hg.), *Erwachsenenbildung und die Popularisierung von Wissenschaft, Probleme und Perspektiven bei der Vermittlung von Mathematik, Naturwissenschaften und Technik*, Bielefeld, S. 171–192.
- Kretschmann, Carsten (Hg.) (2003), *Wissenspopularisierung, Konzepte der Wissensverbreitung im Wandel*, Berlin.
- Lörvald, Brigitte (2000), *Die Entstehung von Technikmuseen seit Beginn der Achtziger Jahre als Folge der Musealisierung von Industrie und Technik*, Paderborn, Dissertation.
- Nährstedt, Wolfgang u.a. (2002a), *Lernort Erlebniswelt*, Bielefeld.
- Nährstedt, Wolfgang u.a. (Hg.) (2002b), *Lernen in Erlebniswelten*, Bielefeld.
- Pfadenhauer, Michaela (2003), *Professionalität. Eine wissenssoziologische Rekonstruktion institutionalisierter Kompetenzdarstellungskompetenz*, Opladen.
- Schaper-Rinkel, Petra/Giesecke, Susanne/Bieber, Daniel (Hg.) (2001), *Science Center*, Studie im Auftrag des Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Teltow.
- Seltz, Rüdiger/Sieglers Schmidt, Jörn (2001), »Zum Stand der PUS-Debatte in Deutschland«, in: Weitze, Marc-Denis (Hg.), *Public Understanding of Science im deutschsprachigen Raum: Die Rolle der Museen*, München, S. 32–48.
- Stiftungsverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. (Hg.) (1999), *Dialog Wissenschaft und Gesellschaft*, PUSH Symposium, Essen.
- Universum Management GmbH (o.J.), Universum® Science Center Bremen: *Hingehen – Staunen – Entdecken*, Achim.
- Waidacher, Friedrich (2001), »Grundgedanken zu einer museologieorientierten Praxis«, *Museologie Online* (3), S. 84–100.
- Weitze, Marc-Denis (Hg.) (2001), *Public Understanding of Science im deutschsprachigen Raum, Die Rolle der Museen*, München.
- Wiegand, Ralf (2004), »Havarie eines Traumschiffs«, *Süddeutsche Zeitung*, 25.08.04, S. 10.
- Winter, Ekkehard (2001), »PUS. Chance oder Risiko für die Museen?«, in: Weitze, Marc-Denis (Hg.), *Public Understanding of Science im deutschsprachigen Raum: Die Rolle der Museen*, München, S. 27–31.
- Wolfschmidt, Gudrun (Hg.) (2002), *Popularisierung der Naturwissenschaften*, Berlin/Diepholz.