

Museum und Öffentlichkeit

Objektyp: **Chapter**

Zeitschrift: **Berner Zeitschrift für Geschichte und Heimatkunde**

Band (Jahr): **56 (1994)**

Heft 3

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Museum und Öffentlichkeit

Von Thomas Meier

«Museums seem to be about objects, but are really about people.»¹

Dass sich ein Museum mit seinen Aktivitäten immer implizit oder explizit an eine Öffentlichkeit und an ein Publikum richtet, scheint selbstverständlich. Zum öffentlichen Ort wird das Museum jedoch erst durch die Anwesenheit von Besucherinnen und Besuchern. Um so erstaunlicher ist, dass die Geschichte des Museumspublikums bis heute über weite Strecken *terra incognita* geblieben ist.² Auch in den Jahresberichten und Akten des Bernischen Historischen Museums werden nur sehr sporadisch Überlegungen zu Zielpublikum, Bildungsangeboten und Situierung der Institution in einem sozialen und kulturellen Umfeld angestellt. Die – keineswegs geradlinige – Entwicklung des Museums hin zu einer vermehrten Öffnung gegen aussen, hin auch zu einer aktiven Zurkenntnisnahme seiner Besucherinnen und Besucher, ist trotzdem erkennbar.³

Wenige Jahre nach der Eröffnung äussert sich Hermann Kasser, der erste Direktor, zu Publikum und öffentlichkeitsbezogenen Aufgaben des Museums. Er unterscheidet vier Besucherkategorien: «1. das grosse Publikum, das sich mit einer mehr oder weniger eingehenden Besichtigung begnügt, ohne damit bestimmte Zwecke zu verfolgen; 2. die Gelehrten, welche die Sammlung nach einzelnen Objekten oder ganzen Kulturperioden durchforschen; 3. die Künstler und Kunstgewerbetreibenden, welche teils mustergültige Ornamente suchen, teils Waffen, Kostüme, Mobiliar studieren; 4. Auskunftfragende von auswärts, die über einzelne Stücke der Sammlung oder über Wert, Konservierung und Restaurierung alter Sachen oder endlich über Wappen u. dgl. unterrichtet sein wollen.» Diese Klassifizierung sagt wenig aus über die tieferen Beweggründe und die soziale Herkunft der Besucherinnen und Besucher, sie verweist vielmehr auf die unterschiedliche Strukturierung des Interesses an den ausgestellten Objekten. Das «grosse Publikum» ist zudem nur sehr unscharf umschrieben. Museen, so fährt Kasser fort, «sollen bildend wirken, sei es im allgemeinen, dadurch, dass dem Besucher auserlesene Erzeugnisse früherer Kulturperioden oder Zeugen der vaterländischen Geschichte vorgeführt werden, sei's im speciellen, indem sie dem Gelehrten und Künstler helfen, seine Kenntnisse zu vervollständigen».⁴ Zum regen Sonntagsbesuch der Ausstellungen schreibt er im Jahr 1900 wie folgt: «Es

findet sich da ein aus Civil und Militär gemischtes Publikum zusammen, bei dem offenbar der Sinn für die schönen Erinnerungsstücke bernischer Geschichte und die Freude am schweizerischen Kunstgewerbe im Wachsen begriffen ist.»⁵ Im Jahresbericht von 1901 stellt Kasser unter dem Titel «Besuch, Benutzung und Unterstützung des Museums» weitere Überlegungen zum Publikum des Hauses an. Der Komplexität des Themas ist er sich offensichtlich bewusst, wenn er festhält: «Der Besuch des Museums ist von sehr verschiedenen Faktoren abhängig, und so darf man sich nicht verwundern, dass die Zahl der verkauften Billette von Jahr zu Jahr ziemlich differiert.» Gleichzeitig verzeichnet er ein Anwachsen der Besucherzahlen und kommentiert: «Diese erfreuliche Erscheinung mag z.T. darin ihren Grund haben, dass das Museum nach und nach bekannter wird, z.T. auch in der Verkehrszunahme im allgemeinen.»⁶ Zur Untermauerung dieser letzten Annahme fügt er die Zahlen des Verkehrsvereins über die gesteigerte «Fremdenfrequenz» der Stadt Bern an. Nach den Lehrerinnen und Lehrern, die freien Eintritt geniessen, werden nun auch die «Fremden» als spezielles Zielpublikum erkannt. Ebenfalls 1901 verfügt der Verwaltungsausschuss eine Erhebung des Besuchs von Schulklassen. In Vorwegnahme der Diskussion über den stufengerechten Unterricht schreibt Kasser: «Am meisten nützt den Schülern der Besuch des Museums unter der kundigen Leitung der Lehrerschaft. Dabei gestatten wir uns jedoch die Bemerkung, dass Elementarklassen noch kaum unter diese Kategorie fallen, und man besser wartet, bis der Schüler eine gewisse Reife erreicht hat.»⁷ Die qualifizierte Zählung ergibt einen hohen Anteil an kunstgewerblichen Klassen. Der Verwaltungsausschuss stellt in der Folge ein Gesuch für Bundesbeiträge, um damit das Bernische Historische Museum in die Lage zu versetzen, durch die Vergrösserung der Sammlung die kunstgewerbliche Ausbildung vermehrt fördern zu können. In der Begründung finden sich erstmals publikumsbezogene sozioökonomische Überlegungen. Implizit situiert sich das Museum mit seiner Stellungnahme im Rahmen einer demokratischen Gesellschaft. Dem Landesmuseum in Zürich wird ein grosser Vorsprung bezüglich seiner kunstgewerblichen Sammlungen attestiert, jedoch gleichzeitig festgehalten: «Für die breiten Schichten des Volkes, speziell für den bernischen Handwerkerstand, kommt die Reise nach Zürich viel zu teuer zu stehen ... So gewiss die Museen in erster Linie für die Landeskinder und ihre intellektuelle Förderung da sind und nicht für die reichen ausländischen Kunstliebhaber und Kunstgelehrten, die nach Belieben reisen können, so sicher dürfen sie auch eine gleichmässige Förderung beanspruchen.»⁸ Kunstgewerbe und Geschichte, das heisst die Förderung gewerblicher und staatsbürgerlicher Werte, bilden seit der Eröffnung und über Jahrzehnte hinweg die Eckpunkte der Vermittlungstätigkeit des Hauses.

Bis in die fünfziger Jahre finden sich in den Publikationen des Museums kaum mehr grundlegende Äusserungen zu Publikum und Vermittlungstätigkeit. In steter Wiederholung und mit Wohlgefallen wird vermerkt, dass Klassen der



Historisches Museum

in BERN.

Besuchszeit.

Die Sammlungen sind dem Publikum zur unentgeltlichen Besichtigung geöffnet:

Dienstag und Samstag von 2 bis 4 Uhr Nachmittags, und Sonntag, hohe Festtage ausgenommen, von 10 $\frac{1}{2}$ bis 12 und von 2 bis 4 Uhr.

Gegen **Eintrittsgeld** steht das Museum offen im Sommer: Montag bis Samstag von 8 bis 12 und 1 bis 6 Uhr, im Winter: Montag bis Samstag von 9 bis 12 und 1 bis 4 Uhr.

Das Eintrittsgeld beträgt per Person 50 Cts. Grössere Gesellschaften bis auf 15 Personen und Schulen bis auf 50 Schüler bezahlen 3 Fr.

Stöcke, Schirme und dergleichen sind beim Eingang abzugeben, wofür an den freien Tagen eine Gebühr von 10 Cts. zu entrichten ist.

Gewerbeschule die ausgestellten Objekte als «Muster- und Modellsammlung» für zeichnerische Arbeiten benutzen. 1910 erscheint «Des Schülers Rundgang durch das historische Museum in Bern» vom Hofwiler Seminarlehrer Hans Brugger. Die Vermittlungsarbeit durch Führungen, die 1923 erstmals ausdrücklich erwähnt wird, orientiert sich ebenfalls am Selbstverständnis des Hauses als «historisches Museum» und «Kunstgewerbekollektion». Im Jahresbericht von 1924 ist zu lesen: «Auch bei den zahlreichen Führungen... wird auf die Herausarbeitung kunstgewerblich interessanter Partien besonders Rücksicht genommen.»⁹ Bereits 1926 findet ein Volkshochschulkurs des damaligen Direktors Rudolf Wegeli «über die geschichtlich bedeutsamen Denkmäler des Museums» statt.¹⁰ 1928 wird erstmals ein Museumsprospekt zur Verteilung in Hotels und Verkehrsbüros gedruckt.

Wegeli äussert sich 1943 ganz persönlich zu seiner Vermittlungstätigkeit: «Es gibt für einen Museumsleiter keine erfreulichere Tätigkeit, als über seine Schätze Auskunft und Belehrung erteilen zu dürfen.»¹¹ Wer jeweils in den Genuss dieser «Belehrungen» kam, geht aus den Jahresberichten nur bei besonders prominenten Besuchergruppen hervor. Öffentlich waren die seit 1941 veranstalteten Mittwochnachmittags-Führungen. Die Trockenheit der publikumsorientierten Verlautbarungen findet ihre Deutung in einer museumsfremden Publikation. Julius Baum, ehemaliger Direktor des Württembergischen Landesmuseums und Emigrant in der Schweiz, schreibt 1944 anlässlich des 50-Jahr-Jubiläums des Hauses in «Der kleine Bund»: «Die Museen sind bei uns noch viel zu sehr Luxusanstalten. Die künftige Entwicklung wird sie weit stärker als bisher für Schulunterricht und Volksbildung heranziehen. Dies rechtzeitig erkennen bedeutet, ihnen für Ausstellungs- und Erziehungszwecke genügend Raum zur Verfügung zu stellen.»¹² Hinter der Forderung nach räumlicher Erweiterung und zwischen den Zeilen versteckt sich eine Krise im Verhältnis von Museum und Öffentlichkeit.

Der Anschluss ans Zeitalter der Massenkommunikation findet im Bernischen Historischen Museum zumindest konzeptionell zu Beginn der fünfziger Jahre statt. In zwei aufeinanderfolgenden Bänden des Jahrbuchs legt Michael Stettler, Nachfolger Wegelis als Direktor, die Grundzüge künftiger Museumsarbeit fest. 1955/1956 schreibt er, die erste Aufgabe eines Museums sei die Bewahrung, Überlieferung, Konservierung und Weitergabe der Objekte an künftige Generationen. Zur zweiten Aufgabe, der Darbietung, hält er fest, sie habe die Funktion, dass «die Gegenwart sich daran erfreue und bilde; dadurch wird die höhere Auswirkung und Sinngebung erst erreicht». Die dritte Aufgabe sei die wissenschaftliche Bearbeitung der Gegenstände, die vierte schliesslich die «Bekanntmachung». Sie verdient eine nähere Betrachtung: «Was die vierte und letzte Aufgabe eines Museums betrifft, so wurde erst in jüngerer Zeit die grosse Bedeutung, die die *Bekanntmachung*, die Publizität auch für die Museen besitzt, erkannt und genützt. Galten früher die Museen als vornehme Stätten der

Besinnung mit fast tempelartigem Charakter, über deren Schwellen man mit jener unverwechselbaren Beklemmung trat, in den Augen vieler sogar als Toteninseln, wo die Mumien der Vergangenheit aufgebahrt und von all ihren Zeugnissen umgeben sind, mehr oder weniger verstaubt und verwelkt, wird heute versucht, die museale Kluft nach Möglichkeit zu überbrücken. Lockere Aufstellung, keine Schilder «Berühren verboten» mehr, neue Beleuchtungsmethoden, Sitzgelegenheiten. Das Aufsichtspersonal geht nicht mehr mit der Miene einsatzbereiter Polizisten unter eingeschüchternen Besuchern umher. Wer einmal das fast jahrmarkthafte bunte Treiben mit viel Jugend in der Eingangshalle des Metropolitan Museum in New York oder des Art Institute in Chicago gesehen hat, wo ganze Verkaufsläden zur Feilhaltung von Büchern, Reproduktionen, Abgüssen aufgebaut sind und rege benützt werden, wo Anschläge von Führungen und Sonderveranstaltungen studiert, in Ruhenischen Zwischenverpflegungen eingenommen, Zigaretten geraucht und allenthalben heitere Gespräche geführt werden, sieht ein, dass eine Vernatürlichung des Verhältnisses zum Museum wahrlich gute Früchte zeitigen konnte. Dieser Prozess ist im übrigen auch bei uns durchaus schon im Gang.»¹³ In Zukunft soll freier Eintritt gewährt und das Haus künstlich beleuchtet werden, damit auch Abendführungen möglich sind. Der geplante Ausbau des Photoateliers kommt den Bedürfnissen der vermehrt bildorientierten Medien entgegen. Informationen über Neuerwerbungen und neu eingerichtete Säle werden neu durch Presseorientierungen und Interviews an Radio und Fernsehen (!) an die Öffentlichkeit getragen. Stettler nimmt hier Entwicklungen vorweg, die in der europäischen Museumslandschaft erst gegen Ende der sechziger Jahre in voller Breite diskutiert werden. Er hat sehr früh erkannt, dass sich das Museum erst dann von der Elitekultur ab und der Volkskultur zuwenden kann, wenn seine Betreiber den Alltag und den Lebenszusammenhang der Besucherinnen und Besucher mit in ihr Denken einbeziehen. Die Erwähnung der in Ruhenischen essenden und rauchenden Museumsbesucher erhält so ihren tieferen Sinn. In den gleichen Jahren entsteht in Zusammenarbeit mit dem Berner Verkehrsverein der vermutlich erste gemeinsame Informationsprospekt der Museen einer Schweizer Stadt. Der Prospekt der Berner Museen erscheint in vier Sprachen und wird in grosser Auflage an Touristinnen und Touristen abgegeben.

Seinen Verwaltungsbericht im Jahrbuch von 1957/1958 strukturiert Stettler nach den oben erwähnten vier Aufgabenbereichen des Museums. Die Wortwahl deutet auf den Ursprungsort vieler neuerer Entwicklungen in der Museumsarbeit: «Public relations ist eines der Schlüsselworte unserer Zeit geworden, das sich auch die Museen zu eigen machen mussten.» Als Voraussetzung für die Erhöhung der Besucherfreundlichkeit nennt er die erleichterte Zugänglichkeit, die er über den freien Eintritt gefördert sieht, periodische Veröffentlichungen in der Presse sowie den Museumsprospekt des Verkehrsvereins. Bereits zu diesem Zeitpunkt erntet er die Früchte der verstärkten Öffentlichkeitsarbeit: «Durch

grössere Publizität und durch erleichterte Besuchsbedingungen hat sich ein unbefangeneres Verhältnis des Publikums zum Museum entwickelt. Es bedeutet heute nicht mehr einen Entschluss, ins Museum zu gehen, wobei man jeweils das ganze Haus abschreiten zu müssen meint: an vielen Nachmittagen bemerkt man nunmehr solche Besucher – viele junge Leute und darunter Kinder –, die schnell ein wenig ins Museum kommen, sich etwas anschauen und wieder gehen.» Den Trend macht er erneut mit einem Begriff aus dem angelsächsischen Raum fest: «This is your museum». ¹⁴ Gedämpft wird sein Optimismus durch die personellen und infrastrukturellen Engpässe, die den Wandel hin zu einem besucherorientierten Museum behindern. Als erster Museumsdirektor macht sich Stettler in einem Vortrag vor dem städtischen Lehrerverein öffentlich Gedanken über eine «zeitlich tragbare» und «methodisch wertvolle» Verwendung der Objekte des Bernischen Historischen Museums im Unterricht. ¹⁵ Die Einführung neuer Informationsmedien fällt ebenfalls in seine Amtszeit. 1958 wird – als Schweizer Premiere – eine in Selbstbedienung funktionierende «automatische Anlage zur Vorführung von Lichtbildern» in der Ausstellung für Ur- und Frühgeschichte installiert. ¹⁶

Im Gegensatz zur Aufbruchstimmung der fünfziger Jahre verzeichnen die Jahrbücher bis um 1969 kaum weitere Aktivitäten in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Besucherorientierung. Grundlegende Überlegungen fehlen gänzlich. Im europäischen Ausland geriet das fortgesetzte Hochhalten bürgerlicher Bildungswerte durch die Museen gegen Ende der sechziger Jahre unter Beschuss. Hilmar Hoffmann, ehemaliger Dezernent für Kultur und Freizeit der Stadt Frankfurt, hält rückblickend fest: «Die in den sechziger Jahren von den Museen selbst diagnostizierte Krise der Museen konnte vordergründig vor allem als Krise der Vermittlung interpretiert werden.» ¹⁷ Die Exponenten einer aufklärerischen und kritischen Kulturvermittlung gelangten mit ihren Forderungen nicht zuletzt auch an die Museen. Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik wurden zu Schlüsselbegriffen, um aus der «gesellschaftlichen Isoliertheit und der Schonraumsituation auszubrechen». ¹⁸

In Bern übernimmt man aus der Ära Stettler lediglich die jährlichen Presseorientierungen und die öffentlichen Führungen. «Zu Propagandazwecken» wird 1966 in den Schaufenstern des Schweizerischen Bankvereins eine kleine Ausstellung installiert. ¹⁹ 1969 taucht immerhin ein Begriff wieder auf, den Michael Stettler erstmals auf die Museumsarbeit bezogen hatte und der in der Folge für mehr als zehn Jahre aus dem Museumsvokabular verschwunden war. In einem Bericht zur Jubiläumsausstellung «Das Historische Museum einst und jetzt» schreibt Direktor Robert L. Wyss: «Die Bilderfolge setzte sich fort mit Darstellungen der heutigen Bestrebungen des Museums und der Tätigkeit einiger Museumsbeamter, die sich mit der Erforschung bestimmter Sachgebiete und der Public Relations befassen.» ²⁰ Zahlreiche Führungen und eine Intensivierung der Werbemassnahmen hatten im sehr publikumsreichen Jubiläumsjahr 1969 das

Bewusstsein für die Bedeutung von Massnahmen in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Vermittlung geschärft. Auf das Jahr 1972 datiert schliesslich ein erster, finanziell und personell eng begrenzter Versuch, museumspädagogische Arbeit auch am Bernischen Historischen Museum zu ermöglichen. Einer neu angestellten Bibliothekarin und Archivarin werden «als früherer Lehrerin auch die Aufgaben einer Museumspädagogin übertragen».²¹ Im Zusammenwirken von Erziehungsdirektion, Schulwarte und interessierten Lehrerinnen und Lehrern entstehen 1978 die ersten didaktischen Dokumentationen für den Schulunterricht. Auffällig ist aus heutiger Sicht die fast ausschliesslich schülerorientierte Vermittlungstätigkeit des Museums. Ähnlich wie bereits 1944 stellt der Direktor mit dem Beginn der Planung für ein «Kulturgüterzentrum Unteres Kirchenfeld» Raumprobleme als Ursache für die mangelnde Öffnung des Museums gegen aussen in den Vordergrund.²² Im Jahr darauf (1979) spricht er im Zusammenhang mit der Planung des Erweiterungsbaus von einer nicht näher spezifizierten «angestrebten stärkeren Öffnung des Museums gegen aussen». Positiv gewertet wird, «dass unser Museum in eine bewegte Entwicklungsphase eingetreten ist und seine Aufgaben gegenüber der Öffentlichkeit – ohne Bewährtes über Bord werfen zu wollen, was nicht bernischer Art entspräche – neu überdenkt».²³ Wechselausstellungen sollen als «spezifisch museale Werbemethode» bei der erwähnten Öffnung des Museums eine Hauptrolle spielen.²⁴ Der Kustodin der Abteilung für Ur- und Frühgeschichte wird schliesslich die Pflege «der von uns bisher allzu stiefmütterlich behandelten Öffentlichkeitsarbeit» übertragen.²⁵ Die Zuständigkeiten für die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik sind damit erstmals geklärt, zwei Mitarbeiterinnen des Museums erledigen die Aufgaben im Nebenamt. Der Rücktritt von Robert L. Wyss als Direktor wird unter anderem mit dessen Unzufriedenheit über «die historisch-didaktische Marschrichtung» erklärt, die das Museum gegen Ende der siebziger Jahre eingeschlagen habe.²⁶

In den folgenden Jahren konkretisiert das Museum seine Vorstellungen einer weiteren Öffnung des Hauses. Über ein «abwechslungsreiches Tätigkeitsprogramm» sollen sowohl die «bisherigen wie neue Besuchergruppen» angesprochen werden.²⁷ Der Begriff der «Verlebendigung des Museums» taucht auf und mit der Absicht, eine Cafeteria und einen Vortragssaal einzurichten, dokumentiert man den Willen, die Besucherfreundlichkeit des Hauses und sein kommunikatives Angebot zu verbessern.²⁸ Ein ehemaliger Lehrer übernimmt für ein paar Jahre ein «Teilpensum als museumsdidaktischer Mitarbeiter».²⁹ In den Jahren 1982 bis 1985 bereitet das Museum, motiviert durch äussere Anregungen, den Wandel zur publikumsorientierten, an Vermittlung interessierten kulturellen Institution vor. Ich verweise auf die in dieser Jubiläumsschrift im Artikel von Georg Germann referierte Rede des stadtbernischen Schuldirektors anlässlich der Eröffnung der Ausstellung «Bern 1750–1850». Im Jahresbericht 1982/1983 steht der fast schon programmatische Satz: «Die Praxis der Museumspädagogik

wird vom Publikum und seinen Wünschen mitbestimmt.»³⁰ Der designierte neue Direktor, Georg Germann, bekennt sich anlässlich der Eröffnung der «Schulausstellung» am 2. November 1983 zu einer «aufklärerischen Linie», die in Zukunft die Museumspolitik prägen soll.³¹ 1984 und 1985 entstehen Grundlagenpapiere, die sich mit der weiteren Tätigkeit des Museums, unter anderem auch in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Vermittlung, beschäftigen. In der «Planungsgrundlage der historischen Abteilungen» wird nach langem Unterbruch ein erneuter Versuch unternommen, das Zielpublikum des Hauses zu definieren. Als Besucherkategorien genannt werden «das bernische Stammpublikum, Schulen und Touristen» sowie die «wissenschaftlichen Benutzer». Bei der Beschreibung der Aufgaben des Museums fehlt die von Stettler erwähnte «Bekanntmachung». In bezug auf die Ausstellungstätigkeit wird festgehalten: «Konservatorische Imperative, wissenschaftliche Forderungen und berechtigte Wünsche des Publikums müssen aufeinander abgestimmt werden.»³² Reihenfolge und Wortwahl deuten auf den Konflikt zwischen internen und externen Anforderungen an die Museumsarbeit hin.³³ Ein Jahr später wird im Hinblick auf die Schaffung einer Stelle für Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit ein Papier verfasst, das sich ausdrücklich mit diesbezüglichen Fragen auseinandersetzt. Im Vergleich mit der Praxis in anderen Museen ist bemerkenswert, dass die Bereiche nicht getrennt, sondern in einer einzigen Stelle zusammengefasst werden sollen. Die Öffentlichkeitsarbeit habe sich in erster Linie an die bereits erwähnten Besucherkategorien zu richten, während die Museumspädagogik sich vor allem um die Schulen zu kümmern habe. Die Übergänge zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik werden als fließend bezeichnet. Der Einbezug des Museums in den universitären Unterricht, die Erwachsenenbildung sowie Angebote im Freizeitbereich für Kinder und Jugendliche werden lediglich als Randgebiete museumspädagogischer Arbeit definiert. Die Betreuung der Schulen erscheint als Betreuung der Lehrerinnen und Lehrer: «Im Normalfall soll eine Klasse unter der Leitung ihres eigenen Lehrers das Museum besuchen. Ein museumspädagogischer Dienst, an den die Lehrer ihre Klassen abtreten, ist nicht erstrebenswert.» Gesucht wird eine Kontaktperson, die alle museumspädagogischen Tätigkeiten «koordiniert, mitorganisiert und nur zum Teil auch mitgestaltet. Sie muss nicht nur den Schulen gegenüber das Museum vertreten, sondern auch die Anliegen der Schule glaubhaft den Wissenschaftlern nahebringen, sie zur Mitarbeit an Veranstaltungen animieren und motivieren.» Hauptaufgaben seien die Schaffung einer organisatorischen Infrastruktur, das Bereitstellen von Informationen sowie der Aufbau eines Beziehungsnetzes mit interessierten Kreisen und Institutionen: «Kein Museumsoberschüler! Kein Pseudowissenschaftler!»³⁴ Die wiederholt geforderte enge Begrenzung des Aufgabenbereichs und die dezidierten Formulierungen dessen, was man nicht will, klingen eher nach Schadensbegrenzung als nach Aufbruch. Der Weg in die vermittlungsorientierte Zukunft des Hauses wird nicht ohne Vorbehalte

in Angriff genommen. Der Stellenantritt der ersten Beauftragten für Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik, einer Historikerin, erfolgt am 1. April 1986. Ein entscheidender Schritt in Richtung Professionalisierung ist damit getan.

Die weitere Entwicklung kann im Rahmen dieser Jubiläumsschrift nur mehr summarisch beschrieben werden. 1988 übernimmt mit dem Schreibenden erneut ein Historiker den Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik. Eine Reihe von Schweizer Museen, darunter auch das Bernische Historische Museum, gibt 1989 eine Besucherbefragung in Auftrag, mit dem Ziel, Grundlagenmaterial zu beschaffen für die wirkungsvollere Gestaltung der Kommunikation zwischen Museum und Öffentlichkeit.³⁵ Im gleichen Jahr eröffnet das Museum als weiteren Baustein für eine publikumsfreundliche Infrastruktur eine Cafeteria und 1990 eine Liftanlage. Ab 1991/1992 steht neu ein permanenter Kursraum zur Verfügung. 1992 erfolgt der Ausbau des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik von 50 auf 75 Stellenprozent. Gleichzeitig wird neu eine mit 20 Prozent dotierte Stelle für museumspädagogische Arbeit in der Abteilung für Völkerkunde geschaffen. Damit ist der heutige, nach wie vor ungenügende personelle und infrastrukturelle Stand erreicht.

Ausgehend von der Einsicht, dass die Öffentlichkeit des Museums mehr ist als die Öffnung des Gebäudes zu bestimmten Öffnungszeiten, haben sich Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik in Weiterentwicklung des ursprünglichen Konzeptes von 1985 in den letzten Jahren stark ausgeweitet und ihre Angebote vervielfältigt. Massgebend für die aktuelle wie die zukünftige Arbeit in einem gesamtmusealen Kontext ist das Leitbild von 1991, das in hohem Mass von öffentlichkeits- und vermittlungsbezogenen Überlegungen geprägt ist.³⁶ Im Vordergrund steht die bewusste Förderung des Interesses an historischen Zusammenhängen im Dienst einer breiten Öffentlichkeit. Das Museum will im Zusammenspiel all seiner Aktivitäten den Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeit geben, sich selber – historisch reflektiert – ins Bild zu setzen und den Faden der Geschichte selbständig aufzunehmen. Die grosse Vielfalt von möglichen Zugängen zu Objekten und Ausstellungen widerspiegelt sich in der methodischen Vielfalt, mit der das Museum an die Öffentlichkeit gelangt. Für seine Ausstellungen wirbt und informiert es systematisch mit Plakataushängen und Prospekten. Medienkontakte sind zur Selbstverständlichkeit geworden. Der Jahresbericht von 1992 nennt 201 Führungen (1986: rund 30), Einführungs- und Fortbildungskurse für Lehrerinnen und Lehrer, Workshops und Ferienpassaktionen sowie die Herstellung von Lehrerdokumentationen. Wechselausstellungen werden regelmässig durch ein Programm von Führungen, Vorträgen, Konzerten, Theateraufführungen oder – im Fall der Ausstellung «Emotionen» – Schulklassenausstellungen begleitet. Vorführungen von Ergebnissen der experimentellen Archäologie für Schulen und Erwachsene werden in Zukunft zum regelmässigen Vermittlungsangebot des Hauses gehören – «Learning by doing»! In Zusammenarbeit mit der Volkshochschule Bern finden nach längerem

Unterbruch und unter neuen Vorzeichen wieder Kurse für Erwachsene statt. Das grosse Publikumsinteresse zeigt, dass Erwachsenenbildung durchaus kein Randgebiet musealer Vermittlung ist. «Life long learning» findet auch im Museum statt.

Die Öffnung zum Publikum hin und die Förderung seiner kulturellen und sozialen Kompetenz zwingen die Verantwortlichen des Museums, sich immer wieder neuen Fragen zu stellen. Der alte «museumstheologische» Streit zwischen Anhängern der Kontemplation, der Erkenntnis und des einfachen Staunens verliert in der Konfrontation des Museums mit seinen Besucherinnen und Besuchern seine Bedeutung. Roland Arpin, Leiter des Musée de la Civilisation in Québec, sieht die Zukunft der Museen wie folgt: «Les musées deviennent graduellement des institutions hybrides qui empruntent un peu à l'école, un peu aux activités de loisir, un peu à l'animation culturelle et un peu à la muséologie.»³⁷ In diesem kulturellen und sozialen Spannungsfeld bewegen sich zunehmend auch die europäischen Museen. Das Museumsspezifische nicht aus den Augen zu verlieren und trotzdem für aktuelle und künftige Entwicklungen offen zu sein, ist die Herausforderung der Zukunft.

Besucherzahlen, Eintrittspreise, Öffnungszeiten

Die Systeme, mit denen das Bernische Historische Museum im Verlauf der letzten 100 Jahre seine Besucherinnen und Besucher gezählt hat, sind so unterschiedlich, dass sich statistische Angaben nur sehr beschränkt machen lassen. Untersuchungen der letzten Jahre zeigen, dass der vielbeschworene «Museumsboom» durchaus nicht alle Museen erfasst hat. In den Jahren zwischen 1981 und 1987 verzeichneten zum Beispiel in Deutschland die mittelgrossen kulturhistorischen Museen in Städten mit 100 000 bis 200 000 Einwohnerinnen und Einwohnern keinen Publikumszuwachs.³⁸ Die Entwicklung der Besucherzahlen im Bernischen Historischen Museum, ebenfalls ein mittelgrosses Museum in einer mittelgrossen Stadt, scheint die Ergebnisse dieser Studie zu bestätigen. Eine eingehende Betrachtung der Zahlen ergibt zudem, dass die Publikumsströme dann markant zunehmen, wenn eine in den Augen der Öffentlichkeit attraktive, vom Museum entsprechend lancierte Wechselausstellung auf dem Programm steht. Tiefpunkte finden sich in Jahren ohne grössere Wechselausstellung. Der Anteil der Schülerinnen und Schüler am Museumspublikum beträgt im Schnitt der letzten 20 Jahre knapp 22 Prozent. Schulen reagieren dabei genauso auf Wechselausstellungen mit grosser Publizität wie das allgemeine Publikum.

Eintrittsgelder wurden im Bernischen Historischen Museum von 1894 bis 1957 und dann erneut seit 1983 erhoben. Die Aufhebung der Gebühr schien einen vorübergehenden Aufschwung der Besucherzahlen zur Folge zu haben, die Wiedereinführung korrelierte mit einem Publikumsrückgang.

Seit 1984 sind die Ausstellungsräume von Dienstag bis Sonntag durchgehend von 10 bis 17 Uhr für das Publikum geöffnet. Das Museum vollzog mit dieser Neuregelung den Anschluss an internationale Standards.

Anmerkungen

- ¹ LORD, GAIL DEXTER and BARRY LORD (Hrsg.): *The Manual of Museum Planning*. London 1991, 17.
- ² Eine Ausnahme bildet der angelsächsische Raum, wo die Demokratisierung der Kultur und die Bildungsangebote der Museen bereits zu Beginn des Jahrhunderts zur Diskussion standen. Zeitgleich mit den ersten Marktstudien zur Lancierung von Produkten wurde 1916 im Kunstmuseum Boston zum ersten Mal systematisch nach der Zusammensetzung, den Bedürfnissen und Motivationen eines Museumspublikums gefragt. Vgl. POULOT, DOMINIQUE: *Le musée et ses visiteurs*. In: *La jeunesse des musées*. Ausstellungskatalog, Musée d'Orsay. Paris 1994, 332–350.
- ³ Ich beschränke mich auf die mir wichtig erscheinenden Etappen auf diesem Weg. Detailliertere Angaben sind zum Teil der «Museumschronik» zu entnehmen, so zum Beispiel die Daten der sporadischen Publikation von Museumsführern.
- ⁴ Jahresbericht des Historischen Museums in Bern 1897, 22–23.
- ⁵ Jahresbericht des Historischen Museums in Bern 1900, 23.
- ⁶ Jahresbericht des Historischen Museums in Bern 1901, 27.
- ⁷ Ebd., 28.
- ⁸ Ebd., 32–33.
- ⁹ JbBHM 3, 1923, 170; JbBHM 4, 1924, 194.
- ¹⁰ JbBHM 6, 1926, 137.
- ¹¹ JbBHM 22, 1942, 164.
- ¹² BAUM, JULIUS: *Das Bernische Historische Museum*. In: *Der kleine Bund*, 26. November 1944. – Es fehlt hier der Raum, ausgehend von der Biographie Baums die bildungspolitischen Implikationen seiner Aussagen näher zu untersuchen.
- ¹³ JbBHM 35–36, 1955–1956, 5–7.
- ¹⁴ JbBHM 37–38, 1957–1958, 9–10.
- ¹⁵ Ebd., 25.
- ¹⁶ JbBHM 39–40, 1959–1960, 21–22.
- ¹⁷ HOFFMANN, HILMAR: *Das Frankfurter Museumsufer – eine Bilanz*. In: SCHMIDT-HERWIG, ANGELIKA (Hrsg.): *Museumsarbeit und Kulturpolitik*. Frankfurt a.M. 1992, 38.
- ¹⁸ HENSE, HEIDI: *Das Museum als gesellschaftlicher Lernort*. Frankfurt a.M. 1990, 51.
- ¹⁹ JbBHM 45–46, 1965–1966, 532.
- ²⁰ JbBHM 49–50, 1969–1970, 474.
- ²¹ Bernisches Historisches Museum, *Jahresberichte 1971–1976*, 8.
- ²² Bernisches Historisches Museum, *Jahresbericht 1979*, 8–9.
- ²³ Bernisches Historisches Museum, *Jahresbericht 1980/1981*, 7.
- ²⁴ Ebd., 15.
- ²⁵ Ebd., 12.
- ²⁶ Bernisches Historisches Museum, *Jahresbericht 1984*, 21–22.
- ²⁷ Bernisches Historisches Museum, *Jahresbericht 1982/1983*, 9.

- ²⁸ Ebd., 14.
- ²⁹ Ebd., 11.
- ³⁰ Ebd., 27.
- ³¹ Ebd., 46.
- ³² Planungsgrundlage der Historischen Abteilungen, August 1984, 1–2 (unveröffentlicht).
- ³³ Vgl. LORD, GAIL DEXTER and BARRY LORD (wie Anm. 1), 19–20. – Je nachdem, wo das Schwergewicht liegt, sprechen die Autorinnen und Autoren von «introvertierten» oder «extrovertierten» Museen.
- ³⁴ CAPITANI, FRANÇOIS DE: Überlegungen zur Museumspädagogik im Bernischen Historischen Museum, August 1985, 1–5 (unveröffentlicht).
- ³⁵ KONSO, Institut für Konsumenten- und Sozialanalysen AG: Besucher im Historischen Museum Bern. Basel 1990.
- ³⁶ Bernisches Historisches Museum, Jahresbericht 1991, 59–60.
- ³⁷ ARPIN, ROLAND: Éducation et action culturelle. Québec 1992, 17 (unveröffentlicht).
- ³⁸ KLEIN, HANS-JOACHIM: Der gläserne Besucher. Berlin 1990, 22–43.