

Das Museum als Labor

Mit dem Datenhandschuh in die Ausstellung / Forschungsprojekt „eMotion“ in St. Gallen

Von Anja Witzke

St. Gallen (DK) Wie funktioniert eigentlich ein Museum? Mit welchen Erwartungen geht der Besucher in die Ausstellung? Wie lange bleibt er? Und kann er Kunst besser genießen, wenn er mehr über sie weiß? Wirkt Kunst körperlich? Und wenn ja, wie? Im Kunstmuseum St. Gallen wird derzeit empirisch und experimentell das „Kraftfeld Museum“ untersucht. Ein Pilotprojekt im deutschsprachigen Raum. „Anders als in Großbritannien oder Amerika ist es hierzulande ein wenig verpönt, Kunst messen oder empirisch angehen zu wollen. Kunst hat einen mythischen Sonderstatus, der nicht analysiert werden soll“, beklagt der Kulturwissenschaftler Martin Tröndle. Doch ihn reizte es, das Museum als „besonderen Ort“ und den Einfluss der Kunst auf den Betrachter genau unter die Lupe zu nehmen.

Er diskutierte seine Idee mit Wolfgang Tschacher, dem Leiter der Abteilung für Psychotherapie an der Berner Universitätsklinik für Psychiatrie. Später kamen noch Kunsttheoretiker, Kunstsoziologen, Medienkünstler, Besucherforscher, Programmierer, Tracking-Spezialisten, Interface-Entwickler dazu. Ein 15-köpfiges internationales Spezialistenteam ist so entstanden. Von der ersten Projektidee bis zur anwendungsfähigen Technik vergingen viereinhalb Jahre.

„Keine weißen Mäuse“

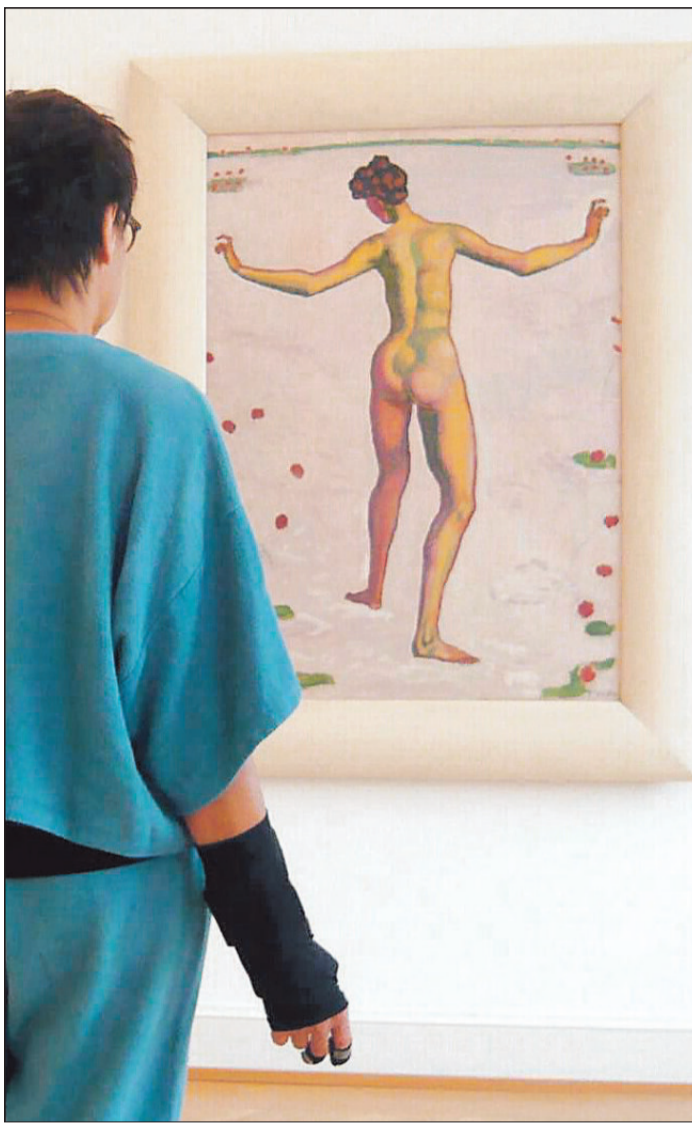
Schließlich war es gar nicht so einfach, ein Museum zu finden, das sich auf ein solches Experiment einlassen wollte. „Von vielen Museumsdirektoren hörten wir, ihre Besucher seien doch keine weißen Mäuse oder Kunst könne man so-

wieso nicht messen“, erzählt Martin Tröndle vom Institut für Design- und Kunstforschung der Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel, an dem das Projekt angesiedelt ist.

Das Kunstmuseum St. Gallen bewies dagegen Mut. Direktor Roland Wäpse hatte keine Bedenken, das Haus rundum verkabeln zu lassen und die eigene Sammlung zur Verfügung zu stellen. Denn für das Projekt musste ja auch eine Ausstellung konzipiert werden. „Wir nutzen das Museum als Labor“, erklärt Martin Tröndle. „Mit fünf verschiedenen Versuchsreihen wollen wir die großen Kunsttheorien des 20. Jahrhunderts abfragen.“ Es geht um kuratorische Hängungsprinzipien, Informationsvermittlung, kunstpädagogische Prinzipien oder auch die Aura von Kunst. Ein halbes Jahr lang hat das Forscherteam an diesen Settings getüftelt, die immer wieder verändert werden.

Aber vor allem die komplexe Technik war es, die kurz vor der ersten öffentlichen Präsentation alle Beteiligten Nerven kostete. „Bis zehn Stunden vor der Pressekonferenz wussten wir nicht, ob es funktionieren würde, denn es hatte bis dahin eigentlich nicht funktioniert“, gesteht Martin Tröndle. Die häufigste Diagnose beim fehlerhaften Ineinandergreifen der verschiedenen Technologien: Bugs in der Software. Die anfängliche Fehlerquote von 80 Prozent konnte mittlerweile auf 20 Prozent reduziert werden. „Das ist für so ein Pilotprojekt ziemlich gut.“ Entwicklungskosten bisher: eine Million Euro.

Aber wie kommen die Wissenschaftler überhaupt an ihre Daten? Freier Eintritt ins Museum haben Besucher, die sich zur Teilnahme an dem Projekt „eMotion“ entschließen. In den



Spezielle Messgeräte befinden sich im Handschuh des Besuchers. Fünfmal pro Sekunde werden Daten erhoben. Fotos: eMotion

ersten zwei Wochen lag die Quote etwa bei 60 Prozent, inzwischen ist sie gestiegen – und mittlerweile kommen Besucher bis aus Berlin oder Mailand nach St. Gallen, um an der Untersuchung mitzuwirken.

Nach einem Eingangsgespräch, bei dem nicht nur die normalen soziografischen Daten abgefragt werden, sondern auch Erwartungshaltung, Vorwissen und momentane psychische Verfasstheit, wird dem Probanden ein Datenhandschuh angelegt, in dem neben der Tracking-Technologie ein kleines portables EKG-Gerät und eine Art Lügendetektor in Miniformat integriert sind. Sie messen Herzrate und Hautleitfähigkeit. Fünfmal pro Sekunden werden so Daten erhoben. Wenn der Besucher durch die Ausstellung geht – durchschnittlich benötigt er dafür eine halbe Stunde –, werden nicht nur sein Weg durch die Räume und seine Verweildauer vor den Werken aufgezeichnet, sondern auch

seine emotionalen und kognitiven Reaktionen.

Damit die Messergebnisse für die Teilnehmer keine abstrakte Größe bleiben, werden im letzten Raum der Ausstellung die ermittelten Werte in einer Installation der Medienkünstler Steven Greenwood

und Chandrasekhar Ramakrishnan in ein Klangbild verwandelt und der Testperson das individuelle Profil als Diagramm aus Linien, roten und gelben Punkten vorgelegt. „Wir fragen dann die einzelnen Erregungszonen ab, um herauszufinden, was passiert ist: Sind Sie stehengeblieben, weil Sie Ihr Schuhband geschnürt haben, mit Ihrem Partner gesprochen haben, im Katalog geblättert haben – oder weil Sie das Kunstwerk besonders angesprochen hat“, erklärt Martin Tröndle. Träumte man sich in Claude Monets Venedig? Wurde man von Andy Warhols Tomatensuppe magisch angezogen? Ärgerte man sich über Günther Ueckers Nagelbild? „So können wir diese quantitativ erhobenen Daten qualitativ evaluieren – und dadurch genauere Aussagen erhalten.“

Wie ein Fingerabdruck

Verblüfft waren die Wissenschaftler dabei nicht nur von der Präzision der Maschinerie („Wir sehen bis auf zehn Zentimeter genau, wo was bei welchem Probanden gerade passiert“), sondern auch von der Erkenntnis: Jedes Profil ist einzigartig, jeder Rundgang so individuell wie ein Fingerabdruck. „Was wir entwickelt haben mit dieser Apparatur, ist eine Art Röntgenmaschine für Empfindung im Raum“, erklärt Martin Tröndle. Zusammen mit den unterschiedlichen Experimentreihen kann nun sehr genau untersucht werden: Was wirkt wie im Museum? „Das ist in der Kunsttheorie ein absoluter Meilenstein.“

Kunstmuseum St. Gallen, bis 19. Juli, Di bis So 10 bis 17 Uhr, Mi bis 20 Uhr; Informationen unter www.kunstmuseumsg.ch

Neue Moore-Doku

Los Angeles (dpa) Der amerikanische Dokumentarfilmer Michael Moore (Foto) stellt seinen bissigen Humor erneut unter Beweis. Sein neuestes Werk wird „Capitalism: A Love Story“ heißen, gab das Studio Overture Films bekannt. In einer Mitteilung frotzelt der



Oscar-Preisträger („Bowling for Columbine“), dass es an der Zeit gewesen sei, einen „Beziehungsfilm“ zu drehen. „Es wird der perfekte Date-Film sein. Er hat alles – Lust, Leidenschaft, Romantik und 14 000 Jobs, die jeden Tag gestrichen werden.“ Es handle sich um eine „verbotene Liebe“ namens Kapitalismus, kommentiert Moore.

Die satirisch-böse Abrechnung mit denen, die aus Moores Sicht an der Finanz- und Bankenkrise schuld sind, läuft in den USA Anfang Oktober an. In Deutschland soll der Film am 22. Oktober starten. Im Juni hatte Moore für den damals noch namenlosen Film in einem Vorschau-Video zu einer großzügigen Spende aufgerufen. „Bitte helfen Sie denen, die von der Wirtschaftskrise schwer getroffen wurden“, bettelte der Doku-Filmer in dem Video grinsend und hält eine Spendenbüchse für verarmte Banker, Manager und Vorstandsbosse bankrotter Konzerne hoch.

Bereits in seinem ersten kritischen Film „Roger and me“ (1989) stellte Moore den US-Autorities General Motors an den Pranger. Darin ging es von allem um GM-Boss Roger Smith. Moore stammt aus Flint, Michigan, der Heimatstadt des Autoherstellers.

ANZEIGE



Am Befragungsterminal im Kunstmuseum St. Gallen: Der Rezeptionsprozess wird zum künstlerischen Vorgang.

DIE VERMESSUNG DER KUNST

Kann man Kunst messen? Wie wirken Werke von Max Ernst oder On Kawara auf unseren Körper? Denken wir mehr bei Andy Warhol oder bei Günther Uecker? Verhalten sich Frauen im Museum anders als Männer? Diesen Frage widmet sich das Forschungsprojekt



„eMotion“ im Kunstmuseum St. Gallen. Projektleiter Martin Tröndle (Foto) vom Institut Design- und Kunstforschung Basel untersucht dort mit seinem internationalem Team das Kraftfeld Museum. Mit ihm unterhielt sich unsere Redakteurin Anja Witzke.

Welche Kunst bringt unser Herz zum Rasen?

Martin Tröndle: Diese Frage kann man nicht eindeutig beantworten. Bei der Auswertung der Rundgänge haben wir festgestellt, dass die Präferenzen der Museumsbesucher völlig unterschiedlich

sind. Ihre Herzen schlugen für zeitgenössische oder ältere Kunst, für Skulpturen oder Malerei. Es gibt natürlich Werke, die akkumuliert eine höhere emotionale oder geistige Aktivität zeigen und die akkumuliert die höchste und längste Betrachtungsdauer haben. Interessant ist aber: Diese Werte fallen nicht unbedingt zusammen.

Kann der Museumsbesucher bei „eMotion“ auch etwas über sich selbst lernen?

Tröndle: Ganz viel. Nämlich, wie er mit Kunst umgeht. Wie er sich selbst im Museum verhält. Denn im letzten Raum wird dem Besucher sein eigener Rundgang im Zeitraffer gezeigt. Und er kann dann noch mal Revue passieren lassen, was in welchem Moment passiert ist und wie er über Werke entscheidet. Es gibt also eine Reflexionsebene über das eigene Verhalten. Während Firmen Daten sammeln, um sie zur Marktoptimierung einzusetzen, spiegeln wir den Besuchern alle erhobene Daten direkt zurück. Im Forschungsteam von „eMotion“

war es uns immer wichtig, Wissen transparent zu machen und es den Teilnehmern sofort zur Verfügung zu stellen.

Wie können Ihre Forschungsergebnisse im normalen Museumsalltag Anwendung finden? Gibt es so etwas wie das ideale Konzept, den idealen Weg oder die ideale Hängung?

Tröndle: Darüber kann ich im Moment noch nichts sagen. Denn nach der Erhebungsphase während des laufenden Projekts benötigen wir noch mal sechs Monate, in denen wir die Daten auswerten müssen und sehen, ob und wie sie zu den verschiedenen Hypothesen passen. St. Gallen bildet das Pilotprojekt. Es wäre anmaßend, aus den Erhebungen eines Museums eine Idealvorstellung für andere Museen, andere Werke ableiten zu wollen. Für generalisierende Aussagen müsste man viel mehr Häuser analysieren. Wir suchen aber derzeit eine Anschlussfinanzierung und würden gern 2010 zwei weitere Museen untersuchen. DK

<p>07.07.09 - 19.07.09</p> <p>A la Recherche de JOSEPHINE</p> <p>Eine JOSEPHINE BAKER REVUE von Jérôme Savary</p>	<p>21.07.09 - 02.08.09</p> <p>THRILLER Live</p> <p>MIT DEN SONGS VON MICHAEL JACKSON 5</p>	<p>ZUGABE! 2009</p> <p>Matinee am 11.10.09</p> <p>STERNSCHNUPPE</p> <p>Hits für Kids & Co</p>
<p>01.09.09 - 04.10.09</p> <p>Rockville DAS MUSICAL</p>	<p>06.10.09 - 17.10.09</p> <p>Der Sensations-Erfolg direkt vom Londoner West-End</p> <p>FRANK SINATRA & DEAN MARTIN SING WITH SAMMY DAVIS JR.</p> <p>THE RAT PACK LIVE FROM LAS VEGAS</p>	<p>Nur am 16.11.09</p> <p>ANNA MARIA KAUFMANN Musical Diva</p>
<p>21.10.09 - 12.12.09</p> <p>Der Musical-Welterfolg von Michael Kunze & Sylvester Levay auf Basis der Originalproduktion der Vereinigten Bühnen Wien</p> <p>ELISABETH Die wahre Geschichte der Sissi</p>	<p>15.12.09 - 03.01.10</p> <p>MARY</p>	<p>Nur am 30.11.09</p> <p>HÖHNER 1. Wahl</p>
<p>TICKET-SERVICE ☎ 55 23 44 44</p> <p>www.deutsches-theater.de U6 Fröttmaning</p>		<p>Nur am 21.12.09</p> <p>GREGORIAN 10 Jahre Masters of Chant</p> <p>24.02.10 - 28.02.10</p> <p>HERMAN VAN VEEN Im Augenblick</p>
		<p>Bühne der Stadt München</p> <p>DEUTSCHES THEATER <i>Beuport</i></p>