

# Die Vermessung des Kunstfreunds

In St. Gallen wird untersucht, wie sich Besucher durch das Museum bewegen und was sie dabei fühlen

VON KLAUS KOCH

**Kontrollfragen, Messungen der Pulsfrequenz und des Hautwiderstandes: Das sind in der Regel Methoden, mit denen Geheimdienste zu Werke gehen, um per Lügendetektor den Wahrheitsgehalt von Aussagen zu prüfen, die ihnen von Verrätern oder fremdländischen Überläufern geliefert werden. Jetzt schlägt die Stunde der Wahrheit auch im Kunstmuseum St. Gallen. Dort wurden die Reaktionen und die Laufwege des Publikums getestet – mit Datenhandschuh und Intensivbefragung.**

Ganz nebenbei ging es bei dem „eMotion“ betitelten Projekt auch darum, zu orten, wo der Besucher sich denn gerade befand. Ortungssysteme, die sonst in den Navigationssystemen von Autos Anwendung finden, waren dabei behilflich. Die Genauigkeit, mit der die Organisatoren zu Werke gingen, entsprang dabei dem Bedürfnis, endlich nachweisen zu können, welche Wirkung Kunstwerke denn nun wirklich auf den Betrachter haben. Museen konnten in jüngerer Zeit ihre Besucherzahlen steigern, wenn sie Aufseherregendes inszenierten. Aber was empfindet der Kunstfreund angesichts eines Selbstporträts des Landschaftsmalers Ferdinand Hodler oder eines Werks der

Moderne von Sophie Taeuber-Arp tatsächlich? Die Messung der Herzfrequenz und des Auf-und-Abs des Hautwiderstandes sollten Auskunft darüber geben.

Besucher des Kunstmuseums konnten einen mit Sensoren ausgestatteten Handschuh anlegen, der über eine drahtlose (WLAN-)Verbindung mit einem Rechner im Hintergrund Verbindung aufnahm und den Weg dokumentierte, den der Betrachter durch die Ausstellung einschlug. Wie lange bleibt er vor einem Objekt stehen, wie lang braucht er, um von einem Saal in den nächsten zu gehen, und wie stark wird er emotional angesprochen?

Das Team um Projektleiter Martin Tröndle erstellte dabei eine Art „psychogeografische Landkarte“ des Museums. Das Besucherverhalten, zum Datenpaket gebündelt und an einen Zentralrechner übertragen, erfährt dabei keine andere Behandlung als eine Ware im Regal eines Supermarktes, in dem sich am vielzitierten „Verkaufspunkt“ entscheidet, ob ein Produkt auch tatsächlich ankommt.

Tröndle, der vom Institut für Design und Kunstforschung der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel, der renommierten FHNW kommt, ist die Marktforschung nicht fremd. Allerdings gestaltet sich der Moment der „Kunstwerdung“ ein wenig komplexer als es die simple For-

mel vom Haben- oder Nicht-Haben-Wollen beim Kauf einer Ware des täglichen Bedarfs signalisiert. Ästhetisches Empfinden auf rein physische Messwerte runterzurechnen, räumt Museumsdirektor Roland Wäspe ein, sei denn doch etwas zu einfach, um nicht zu sagen: banal.

So zeichnet sich auf einem Notebook, das IT-Spezialist Nicolai Karl unauffällig unter dem Arm trägt, zwar in Echtzeit der Standort ab, an dem sich der Handschuhträger jeweils gerade aufhält. Dezent in Höhe der Decke angebrachte Funksensoren sorgen für die flächendeckende Übertragung der jeweiligen Position. Der „Klient“ könnte sich, statt aus zwei Metern Entfernung auf Claude Monets „Palazzo Contarini“ zu starren, aber auch umgedreht haben, um sich kurz mit einem Vorübergehenden, seiner Schwiegermutter oder der Angetrauten über völlig anderes zu unterhalten. Er könnte gar eine Plastik in einer ganz anderen Ecke des Raumes fixieren. Die Suche nach den Kraftfeldern der Kunstwerke, deren Aufspürung sich das Team auf die Fahne geschrieben hatte, könnte somit auch in völlig unsinnige Ergebnisse münden, die Auswertung unversehens im Chaos enden.

An Anfang und Ende des Ausstellungsbesuchs standen deshalb Befragungen auf dem Programm, die das bewusste Empfinden des Gastes aus-

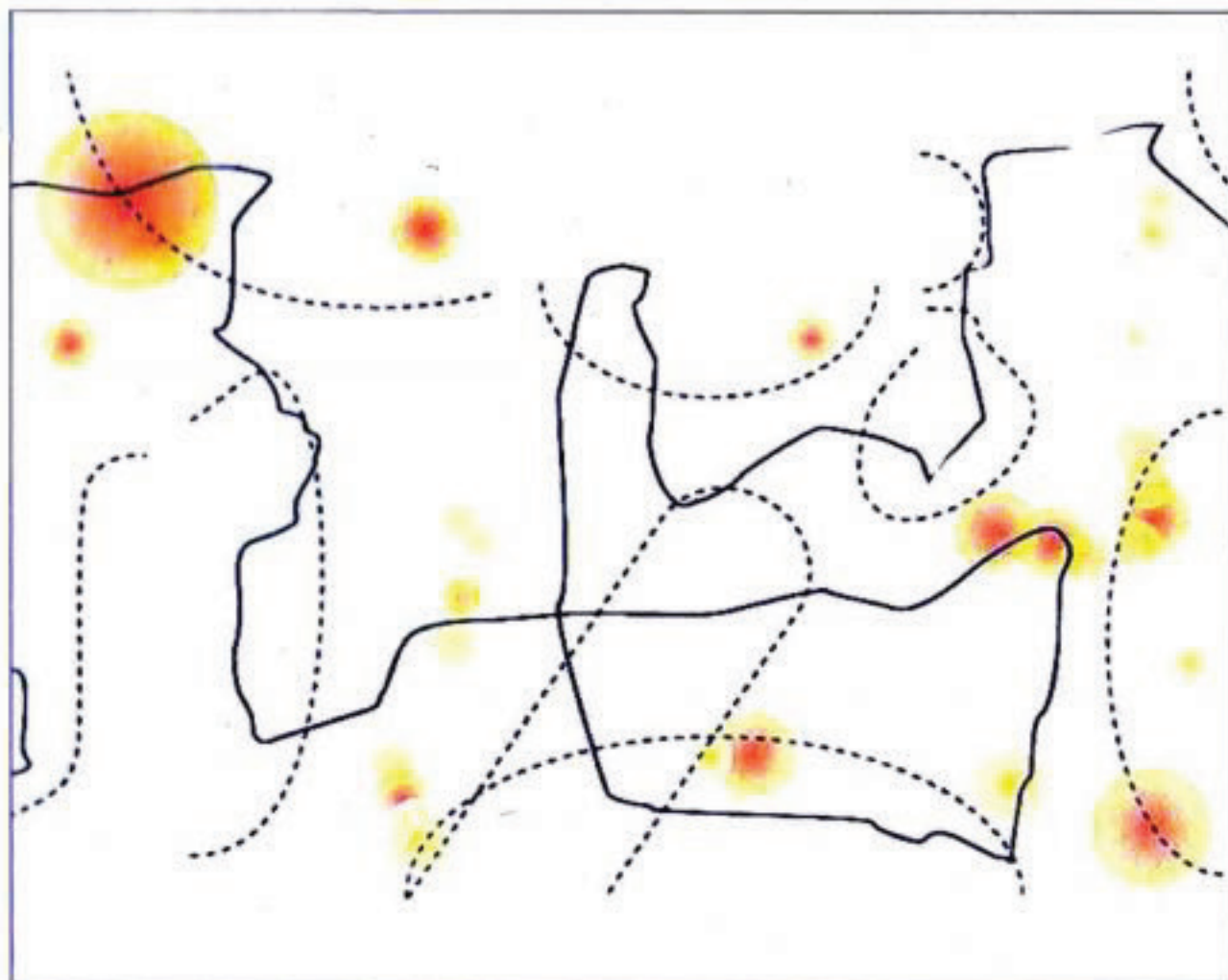
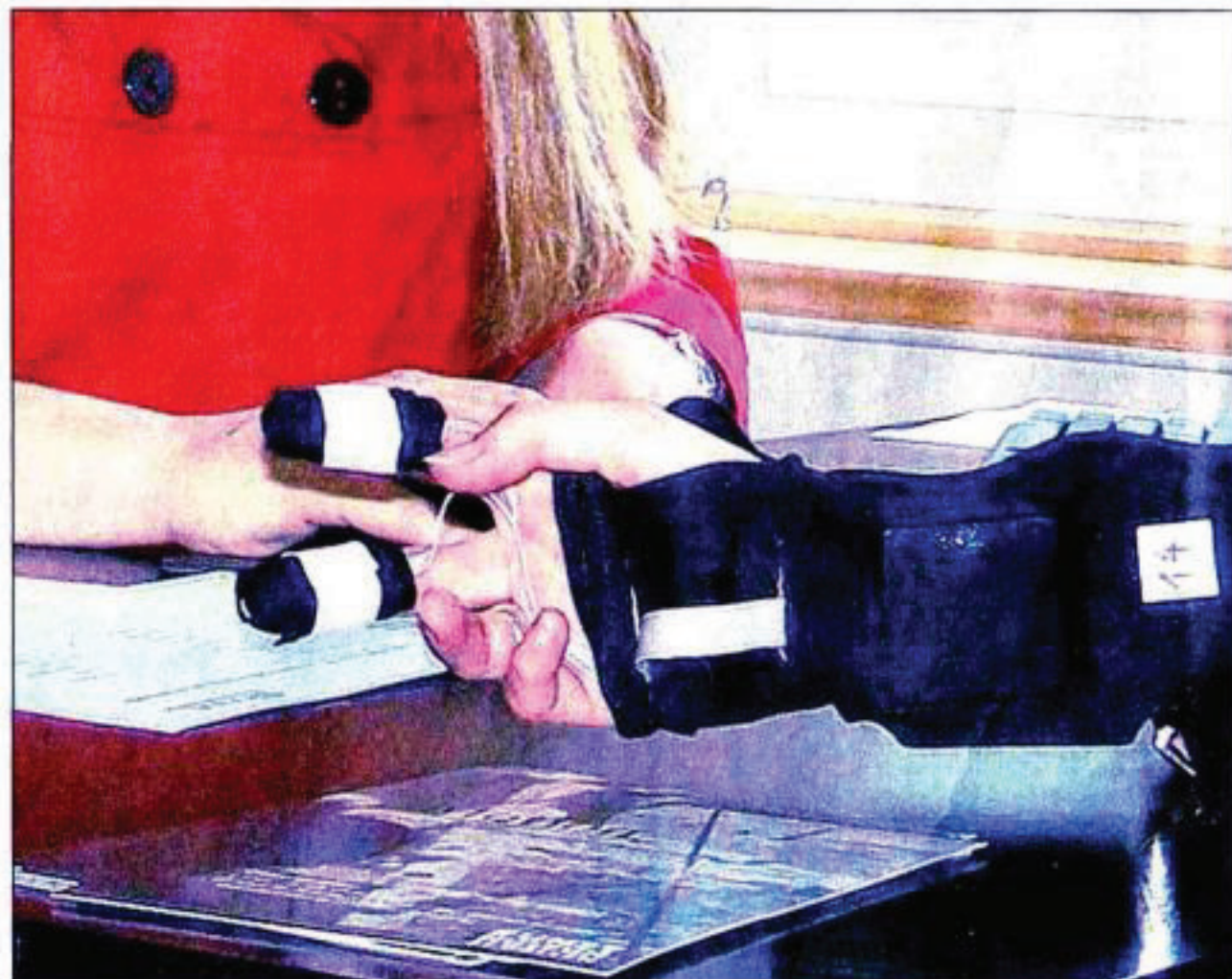
loten sollten. Die Antworten schienen nicht selten im Gegensatz zu den elektronisch aufgezeichneten Werten zu stehen, ragten aufgrund der demonstrierten Gründlichkeit allerdings auch tief in die Persönlichkeitssphäre der Probanden hinein.

Da das Projekt sich selbst als Kunstwerk begreift, schließt sich in einer separaten Präsentation der Ergebnisse die eigentliche Ausstellung unter dem Titel „eMotion“ an. Besucher können die Visualisierung der aus dem Handschuh eingegangenen Daten in Bildschirm-Projektionen bewundern. An Leuchttischen werden die Wege, Verweilzeiten und am häufigsten gewählten Positionen aller bis dahin registrierten Besucher angezeigt. Eine Fußboden-Projektion lässt je nach Beliebtheitsgrad die Kunstwerke in einer Collage mal in kräftigeren, mal in schwächeren Farben erstrahlen.

Da mochte mancher Besucher als Aha-Erlebnis weniger die Erinnerung an die Kunstwerke mitnehmen, als vielmehr die Überraschung darüber, was rein technisch machbar ist.

## DAS PROJEKT

„eMotion“ wird im Kunstmuseum St. Gallen realisiert, Adresse: Museumstraße 32, 9000 St. Gallen, Telefon: 071/2420671, Fax: 071/2420672, E-Mail: info@kunstmuseumsg.ch, im Internet: www.mapping-museum-experience.com.



Der Museumsbesucher trägt einen Datenhandschuh, der Informationen über seinen Aufenthalt im Kunsttempel sammelt. Was aussieht wie ein abstraktes Bild, ist eine Grafik, die zeigt, welche Wege ein Museumsgast gegangen ist und wo er sich aufgehalten hat.

FOTOS: KLAUS KOCH