

Hier wird die Wirkung von Kunst gemessen: «Es ist merkwürdig, am Eingang eines Museums in einen Handschuh zu schlüpfen.»

BILDER: ZVG



MANUELA ZIEGLER

Der gläserne Kunstkonsument

Das Kunstmuseum St. Gallen ist Schauplatz eines ungewöhnlichen Forschungsprojekts. «eMotion» untersucht mit empirischen Methoden die Wahrnehmungen der Museumsbesucher. Ein Selbstversuch.

«11:1(+3)=Elf Sammlungen für ein Museum» muss ich einen teils recht persönlichen Fragenkatalog beantworten. Neben Alter, Geschlecht, Beruf und Bildungsstand werden Fragen zu meinem Kunstwissen gestellt. «Wie häufig gehen Sie ins Museum?» Oder: «Wie gut kennen Sie Minimal Art?» Ein wenig durchleuchtet komme ich mir schon vor, und ich zögere, ob ich meine Kunstwahrnehmung wirklich derart zerpfücken lassen will. Was ich von einer Ausstellung erwarte, lautet prompt eine Frage, die ich mir so noch nie gestellt habe. Will ich beim Museumsbesuch einen neuen Künstler entdecken, oder soll Kunst mir neue Horizonte eröffnen? Über Kunst-erwartung und -rezeption wurde schon viel geforscht. Die Kombination von qualitativer Befragung und empirischer Erhebung ist jedoch nach Aussage der Projektverantwortlichen bisher einzigartig.

Nach drei Jahren Vorbereitungszeit ist ein internationales Forscherteam aus Soziologen, Psychologen, Kunsthistorikern und Künstlern an den Start gegangen: Das Ziel ist ein «psychogeografisch kartiertes» Museum. Im Kern geht es um die Erforschung, wie der architektonische Raum die Psyche der Museumsbesucher beeinflusst. Hinter der Idee vom «Kraftfeld Museum»

steht Alexander Dörner, einer der einflussreichsten Museumskuratoren des 20. Jahrhunderts. «Dörner untersuchte nicht, was Kunst ist, sondern wie sie im Kontext des Museums entsteht», sagt Martin Tröndle, der Projektleiter vom Institut für Design- und Kunstforschung der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel.

Monet gefälscht, Hodler original

Ein Museum für das ungewöhnliche Kunstexperiment zu finden, war nach Aussage Tröndles gar nichts so einfach. Viele Kuratoren bestreiten, dass sich Kunst vermissen lässt. «eMotion» will das Gegenteil beweisen. Gängige Kunsttheorien, seien sie institutionstheoretischer, kultursoziologischer oder kunstpsychologischer Prägung, werden hierbei erstmals einem Praxistest unterzogen.

«Über die Aura eines Bildes wurde seit Walter Benjamin viel diskutiert», sagt der Projektleiter. Benjamin konstatierte in seinem einflussreichen Essay, dass das Kunstwerk im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit durch die unbegrenzte mediale Vervielfältigung seine Aura verliere. Ob ein Bild tatsächlich eine Aura hat oder ob allein der berühmte Name seines Schöpfers auf den Betrachter wirkt, wurde

allerdings nie empirisch untersucht. Daher wird während der Projektlaufzeit von «eMotion» das Bild «Palazzo Contarini, Venedig» (1908) von Claude Monet durch eine Fälschung ersetzt und werden die emotionalen wie kognitiven Reaktionen der Betrachter beobachtet.

Mich spricht das Bild im Eingangsbereich weniger an, deshalb drehe ich mich auch sofort wieder um. Auf der gegenüberliegenden Seite des Raumes ziehen mich Hodlers Berglandschaften in ihren Bann. Wirken die Bilder für sich oder eben nur, weil sie genau an dieser Stelle des Raumes hängen? Um diese Fragen zu beantworten, wird der Versuchsaufbau während der achtwöchigen Projektlaufzeit immer wieder verändert. Noch vergangene Woche hing an der gleichen Stelle statt Hodlers «Thunersee mit Stockhornkette» ein weiblicher Rückenakt des Künstlers. Bilder werden umgehängt, Originale durch Reproduktionen ersetzt – stets mit dem Ziel, den Sichtweisen der Besucher auf die Schliche zu kommen.

«Die Ausstellung kann auf mindestens drei Arten gelesen werden», erklärt Projektleiter Martin Tröndle das kuratorische Konzept. Der Besucher kann sich sinnlich leiten lassen von thematischen Bildgruppen wie

Hodlers Berglandschaften, er kann aber auch der Sammlungsgeschichte des Kunstmuseums folgen. Die Werke von so namhaften Künstlern wie Andy Warhol, Marcel Duchamp, Giovanni Giacometti und Sophie Taeuber-Arp stammen aus Privatsammlungen. Folgt der Betrachter dieser einzigartigen Sammlungsgeschichte und liest den zugehörigen Begleittext? Oder folgt er lieber dem chronologischen Abriss der Kunstgeschichte des 20. Jahrhunderts, den die Ausstellungsmacher vorgeben?

Im Supermarkt der Kunst

Die kleinen Kritzeleien und Kommentare des bulgarischen Künstlers Nedko Solakov unter den Bildunterschriften lassen mich innehalten, sind für mich jedoch keine Denkpause wert. Zu stark ist mein Bedürfnis, in einzelne Kunstwerke «einzutauchen». Das wird mir schlagartig bewusst – zusammen mit der Tatsache, dass ich unter ständiger Beobachtung stehe. Mein Besucherweg wird in Echtzeit gemessen, und zwar fünfmal pro Sekunde bis auf zehn Zentimeter Genauigkeit.

«Wir wissen genau, wo die Person entlangläuft, was sie anschaut und wie schnell sie unterwegs ist im Museum», sagt Projektleiter Tröndle. Mit dem gleichen Tracking-



Verfahren wird auch das Konsumentenverhalten in Supermärkten untersucht. Die Bewegungsforschung ermöglicht also eine genaue Aufzeichnung des Besucherwandgangs. Analog lässt sich in Erfahrung bringen, welche Kunstwerke die grösste Aufmerksamkeit erhalten. Zum gläsernen Kunden gesellt sich jetzt also auch noch der gläserne Museumsbesucher.

Bedeutet dies freie Fahrt für die Vermarktung von Kunst allein nach Marketing-Gesichtspunkten? Lläuft dies nicht dem Museumsauftrag zuwider? «Kunst wird ohnehin schon vermarktet, dafür braucht es diese Forschungsergebnisse», meint Roland Waespe, Direktor des Kunstmuseums St. Gallen. Das Rezept verdient es diese Forschungsergebnisse nicht», meint Roland Waespe, Direktor des Kunstmuseums St. Gallen. Das Rezept verdient es diese Forschungsergebnisse nicht», meint Roland Waespe, Direktor des Kunstmuseums St. Gallen.

Bei der Besucherforschung beobachtet in der Kunstwissenschaft eine generelle Abneigung gegenüber dem Einsatz von technischen Methoden. Die Befürchtung mancher Kunstwissenschaftler, dass Kunst auf biometrische Werte reduziert werden könnte, versteht sie nicht. «Unser Ziel ist es doch gerade, mehr über das emotionale Verhalten von Museumsbesuchern in Erfahrung zu bringen.»

Ergänzt werden die Resultate durch qualitative Befragungen. Freilich könnte man, denkt sich die Besucherin beim Rundgang, viele Ergebnisse auch ohne Messung gewinnen. Neue Erkenntnisse versprechen sich die Wissenschaftler aus der vergleichenden Auswertung. Inzwischen liegen über 400 Datensätze von Probanden vor. Können die Forscher damit das Geheimnis der Kunst lüften? «Wir können Wahrnehmungsmuster von Kunst herausarbeiten», dazu dienen, dass ich Kunst künftig besser vermitteln kann, dann ist mir das sehr willkommen», sagt Waespe. Er nimmt in Kauf, dass damit auch seine kuratorischen Kon-

zepte infrage gestellt werden könnten. Mit der Bereitschaft, sein Haus für das Experiment zu öffnen, ist er unter seinen Schweizer Kollegen derzeit eher eine Ausnahme.

Die heilige Kuh anrühren

Dabei ist die empirische Kunstwissenschaft nicht neu. Im angelsächsischen Raum kann sie bereits auf eine längere Tradition zurückblicken, während das Messen von Kunst in der deutschsprachigen Museumslandschaft geradezu verpönt ist. Kunst gilt eben immer noch in erster Linie als Erzeugnis eines kreativen schöpferischen Prozesses. «Das Projekt rührt die heilige Kuh Kunst an», sagt Stéphanie Wintzerth, die am Projekt mitwirkende Besucherforscherin.

Nicht nur die Kunstwissenschaft soll vom Experiment profitieren, sondern auch der Museumsbesucher. «Erinnern Sie sich noch an dieses Werk in der Ausstellung?», lautet eine Abschlussfrage. Daneben steht das düstere Selbstporträt von Giovanni Giacometti. Ja, ich erinnere mich gut an den durchdringenden Blick des Künstlers, dessen «Bauern auf dem Felde bei Majola» in so eindrucksvollem Kontrast zum schwarz grundierten Selbstporträt standen.

Ausserdem wird mir vor Augen geführt, dass ich die Nagelbilder von Günther Uecker nur gestreift habe. Im Hintergrund verdichten die Tonsequenzen des Medientechnologen Chandrasekhar Ramkrishnan die flüchtigen Momente der Kunstrezeption anderer Besucher zu einem eigenwilligen Klangteppich. Kunsterforschung und -entstehung werden hier unmittelbar erfahrbar. Und ganz am Ende sehe ich mich auf den sogenannten Monitorbildern – wie ich kurvenreich und zielstrebig durch die Räume eilte und welche Reaktionen die Kunstwerke bei mir auslösten. Gefühle

nicht getroffen werden. Dafür braucht es weitere Forschungsprojekte in anderen Museen. Mitbeteiligt an diesem interdisziplinären Projekt sind neben den Kunstmuseen St. Gallen und Basel die Universität Basel, die Leuphana Universität Lüneburg, die Zeppelin University Friedrichshafen, die Eidgenössisch-Technische Hochschule Zürich, die Universität Bern sowie die University of Cambridge. Der Schweizerische Nationalfonds unterstützt «eMotion» mit 250'000 Franken. Die Chancen für eine Fortsetzung stehen nicht schlecht. Ein weiteres Schweizer Museum hat bereits Interesse signalisiert.

Habe ich überhaupt Kunst gesehen?

Nicht nur die Kunstwissenschaft soll vom Experiment profitieren, sondern auch der Museumsbesucher. «Erinnern Sie sich noch an dieses Werk in der Ausstellung?», lautet eine Abschlussfrage. Daneben steht das düstere Selbstporträt von Giovanni Giacometti. Ja, ich erinnere mich gut an den durchdringenden Blick des Künstlers, dessen «Bauern auf dem Felde bei Majola» in so eindrucksvollem Kontrast zum schwarz grundierten Selbstporträt standen.

Ausserdem wird mir vor Augen geführt, dass ich die Nagelbilder von Günther Uecker nur gestreift habe. Im Hintergrund verdichten die Tonsequenzen des Medientechnologen Chandrasekhar Ramkrishnan die flüchtigen Momente der Kunstrezeption anderer Besucher zu einem eigenwilligen Klangteppich. Kunsterforschung und -entstehung werden hier unmittelbar erfahrbar. Und ganz am Ende sehe ich mich auf den sogenannten Monitorbildern – wie ich kurvenreich und zielstrebig durch die Räume eilte und welche Reaktionen die Kunstwerke bei mir auslösten. Gefühle

MUNDART

Tuur ö Franz

PETER SCHIBLER

Sitter Gantschellara mittere guwd-medalie heichoo isch vo Peking, isch o der Franz ganz voore derbii bi dene, wo bim welofahre gwinnen u dadermit o brueflech witter chöme. Der Franz luegt destwägen o am fernsee immer genau, wisis mache, die winnertüppen u tschämpiens, wesi ar Tuuröfraass sägamer uf der Alpdüce oder woo oben achömen oder wesi nach zwühündert oder was kilometer nonen äntschnpür härelege. Item, der Gantschellara isch auso nonipmaau ume xii vo China, da hezech der Franz scho bim tüürtschten aabiter es rennwelo la komfiguriere, u nachere churzen ewaluaziionsfaase ischdu o znötigen aupfitt binenang xii: drüü pa-pegelefarbergi triggoo us eduschte materialie, drüü paar huttingi tregerhosen u zwo schnittigi wimprüwen u wasme süsch no so bruucht für dr bescht zsi bim velorene u äbe de o im tschobb. (Ent-haarixgreeme fürbbeil) Guet, der eint oder die angeri vo Öich cha itz mira säge, firme bau sächzgjäre wi der Franz hätis vilech e bituwigeri ruschtig o ta, aber Dir heit haut ke ahnig vo winnertüppe! Meh weder füfz prozänt vom erfoug isch rein mental, meh weder füfz prozänt, item, der Franz isch auso am letschte mäntli nachem fraabe wieder uf sini privati Tuur dö Franz wie jedi wuche zwöi, drü mau. Ar ziehzech auso es isotonischs getränk ine, macht no chli stretsching, u loos geiz!

Es müntschli vo zwonen ex-misse

Hie möchti no ineppflümle, dass der Franz nid öppe vo huus us e welorenn-fahrer isch, sondern vo huus us e winner äbe. Pfoorschtelig, är heix majoschoon annen u schtöng oben uf ere büni u vo linx u rächz gääbinim zwo ex-misse Thun oder Burtlef oder was es müntschli uffbäcke, die voorschtelig beflügelt der Franz derewä wimehüzeit nachhaltig, dass aube das winner-filme zo häeretht daser ir buden am nächschte tagg irend chunden irend es produkt irend ga pauerpointen oder was, ufaufäu simer abgchwelift.

Aus eersch freeser der Franz auso a däm fraabe letschpmäänti si privati bärgetappen obsi, die geipvom Bärrer Schönouschtäg wisawii vom Däuhözüli ufe zum ehemalige trassee vom gasbähni, wo hütt e welowäg isch, u geit de witter uf Wäberen u schtigt 55 meter uf 335 meter.

Und Franz überholt sie alle! Huü, wi der libhaftig bärgflotz fitzet er a zwone schweuere verbii, uffzietemeitschuff-zette, hier kommt Franz, u häntk gli duse-mabe problemos e rennkunntänt ussem mittufäud ab mitteneime Valserrvattergung und uf de schwarze rennhosen em logo «MAN», wo sch bi jedem pe-daastritt entwäder der M oder der N der breitetwäg verzieht, item, da reportiere-remer bluemig u reportiere, dersider isch der Franz scho lengtschins uf der pass-hööchi, auso der iimündig Parkschtraas, oben aachoo, längt itz mittler lingg hang zum bidoo, macht das bidoo mitte zäng uuf wi der Ggotadorr, nimde e schluck wi der Schleck, schpüet zmuu dergem u schpöit aus imene hööche boem ufz trottuar vor angere schtraassesitte, wie alle echten Kerle eben.

«eEMOTION»

Aufgrund des grossen Medienechos wurde das Projekt bis zum 26. Juli verlängert und in der Woche vom 11. bis zum 16. 8. 09 nochmals in Betrieb genommen. «eMotion – Das psychogeografisch kartierte Museum» im Kunstmuseum St. Gallen. Bis 19. Juli, Di-So, 10-17 Uhr; Mi, 10-20 Uhr. Die Teilnahme am Forschungsprojekt ist freiwillig, der Eintritt gratis. Infos unter: www.mapping-museum-experience.com. (klb)

Eine seittim no fräch «tschou»

Drärschtschrecki vor Tuur dö Franz geht hinterabe richtig flugplatz Bätü, u dert chehrt der Franz ausen umm u prieschet richtig Bärn zrüg. Und er überholt sie wieder alle! Zumbischpü da voupack-sunnitxfahrer wonim itz no fräch «tschou-seit. Ha! Seipmen amne Gantschellara tschou, wener a eim verbiillitzet? Seipme?

Äbel Schpeter, wener wider deheim isch, rüsst der Franz vorem garaaschtööri beid aarmen i dhööchi wi der Ggotadorr u luegt de ufd ur: Vierzewänz minutte für guet drizäh kilometer! Nitschläch, aber lang nid am Franz si pärsönlechi beschzitt. (Apropo, Franz: Der voubepackt sunnitxfahrer wo Dert schou xeit het bide imfau iig xii. I bi denn grad am heichoo xii vonemen usstufg übere Gurnigi u ha mime möge weppewärtsmässig eizuzipfahre. Abxeh dervo welööleni sowiso us prinzip für mi u nid gägen angeri, sorigäuduu.)

