

Eberhard Karls Universität Tübingen
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft



Zukunft ausstellen

Museale Inszenierung der Mobilität von morgen

Zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts

vorgelegt von: Jessika Meyer
Matrikelnummer: 3443350
Mobil: 0172 7747684
E-Mail: jessika.meyer@web.de

1. Gutachter: Prof. Dr. Thomas Thiemeyer
2. Gutachterin: Dr. Karin Bürkert

Stuttgart, 16. Oktober 2016

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung – Zukunft ausstellen	3
	1.1 Hintergrund und Vorgehensweise	3
	1.2 Forschungsfrage und Erkenntnisziele.....	6
	1.3 Forschungsstand.....	7
2.	Methodischer Aufbau und methodenkritische Reflexionen	10
	2.1 Kultursemiotik	10
	2.2 Dichte Beschreibung	13
	2.3 Anwendung der Methoden	15
3.	Exposition – ein Begriffs-Tableau	16
	3.1 Inszenierung – Aufbau epistemischer Merkwelten.....	16
	3.2 Szenografie – Konstruktion räumlicher Erlebniswelten.....	21
	3.3 Gedanken zur Zukunft (und) der Mobilität	24
4.	Museale Inszenierungen der Mobilität von morgen	31
	4.1 Das Erwin Hymer Museum.....	31
	4.1.1 Zum Ausstellungskonzept – In 80 Wagen um die Welt.....	32
	4.1.2 Inszenierung nachhaltiger Mobilität der Zukunft	35
	4.2 Das Mercedes-Benz Museum	48
	4.2.1 Zum Ausstellungskonzept – Zeitreise einer Marke	49
	4.2.2 Inszenierung zukünftiger Mobilität mit Produkten der Gegenwart	50
5.	Fazit und Ausblick – Zukunft ausstellen als Chance	63
	Literaturverzeichnis	70
	Anhang	83
	Abbildungsverzeichnis	83
	Gedächtnisprotokolle	93
	Anti-Plagiats-Erklärung	96

1. Einleitung – Zukunft ausstellen

1.1 Hintergrund und Vorgehensweise

„Das Wesen der Zukunft ist, dass wir sie nicht kennen. Wie können wir sie also ausstellen? Mit diesem intrinsischen Widerspruch gilt es, einen völlig neuen Typ von Ausstellung zu schaffen, der vor allem eins nicht sein darf: statisch.“¹ (Robert Müller, geschäftsführender Gesellschafter und Kreativdirektor des Gestaltungsbüros facts and fiction)

Zukunft auszustellen ist demnach nicht nur ein schwieriges Unterfangen, da dem Ausstellungsgegenstand ein immanent spekulatives und sich wandelndes Moment innewohnt, sondern scheint zudem einen neuartigen Ausstellungstypus zu fordern. Diese Meinung spiegelt weitestgehend den Forschungsstand zum Thema „Zukunft ausstellen“ – aus Sicht des Museums gibt es schlicht keine Arbeiten, wohingegen in Wirtschaft und Wissenschaft zur Zukunft selbst durchaus ein immenser Forschungsaufwand betrieben wird. Ein Fördervolumen von rund 77 Milliarden Euro für das europäische Forschungs- und Innovationsprogramm Horizont 2020 (Laufzeit 2014-2020) belegt dies eindrucksvoll. Es ist damit das weltweit größte seiner Art.² Zahlreiche Institutionen und Forscher*innen untersuchen hier verschiedene größere Zukunftsfelder, die sogenannten Megatrends. Diese bestimmen die Perspektive der Zukunftsforscher*innen und heißen zum Beispiel Nachhaltigkeit, Individualisierung, Konnektivität, Sicherheit, Urbanisierung, Mobilität oder Digitalisierung.³ Es sind diese Megatrends, die es als Zukunftsthemen und -ausstellungen in die Institution Museum schaffen und dort in den letzten Jahren boomen: Mit der Sonderausstellung „Willkommen im Anthropozän – Unsere Verantwortung für die Zukunft der Erde“ warf das Deutsche Museum in München von 2014 bis September 2016 einen Blick auf die großen Megatrends.⁴ Ab 2017 soll sich in Dubai gleich ein ganzes Museum dem Thema Zukunft aus technologischer Sicht widmen. Das Museum of the Future lädt seine zukünftigen Besucher*innen wie folgt ein:

„Join us on a trip to the year 2035, where we show how technology could evolve to enhance our bodies and minds, explore what role it might play in our social and family lives, and discuss how it could be used to manage complex

¹ Robert Müller zit. nach Blach Report. Museum (Hg.): Haus der Zukunft arbeitet in der Ausstellungsgestaltung mit ART+COM und facts and fiction zusammen. Dedenhausen 2016. URL: <http://www.museumsreport.de/ausstellungspraxis/haus-der-zukunft-arbeitet-in-der-ausstellungsgestaltung-mit-artcom-und-facts-and-fiction-zusammen.html#more-9640> (Zugriff: 15.06.2016).

² Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.): Bundesbericht Forschung und Innovation 2016. Forschungs- und innovationspolitische Ziele und Maßnahmen. Berlin 2016, S. 54.

³ Vgl. Zukunftsinstitut (Hg.): Megatrendmap 2015. Frankfurt a.M. 2015. URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> (Zugriff: 20.07.2016).

⁴ Deutsches Museum (Hg.): Sonderausstellungen. Willkommen im Anthropozän – Unsere Verantwortung für die Zukunft der Erde. München 2014. URL: <http://www.deutsches-museum.de/de/ausstellungen/sonderausstellungen/anthropozaen/> (Zugriff: 16.07.2016).

social and economic systems.“⁵

Trotz des Booms an Zukunftsausstellungen⁶ scheint das Museum auf den ersten Blick aufgrund seiner traditionellen Aufgaben nicht dazu gemacht zu sein, Zukunft auszustellen. Die Kernaufgaben der Institution, die der internationale Museumsrat ICOM in den Standards für Museen festgelegt hat, sind: Materielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt zu beschaffen, sie zu bewahren, zu erforschen, bekannt zu machen und auszustellen.⁷ Wenn Zukunft ausgestellt werden soll, wirkt die Exponatlage jedoch extrem dünn: Es gibt weder menschliche Zeugnisse noch materialisierte menschliche Umwelt aus der Zukunft. Deshalb überrascht es nicht, dass das Thema Zukunft als Ausstellungsgegenstand nicht im Fokus dieser Institution steht. Das mag ferner daran liegen, dass jede Abbildung von Zukunft naiv und unrealistisch erscheint – hält sie doch keiner empirischen Untersuchung stand. Gewöhnlich sind es solche empirisch gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnisse, auf denen die Inszenierungen von Museen und Ausstellungen – mit Ausnahme der Kunstmuseen – basieren.⁸ Oder wie Museologe Gottfried Korff dies in einem Aufsatz über Ausstellungen als Wissensinstrumente formulierte: „Sie [die Inszenierungen, A.d.V.] formulieren die Botschaften der *sciences* in einem kulturellen Idiom und machen diese diskursfähig für Verständigungsakte.“⁹

Wie die Beispiele für Zukunftsausstellungen oben angedeutet haben, gelangen

⁵ Museum of the Future (Hg.): *Museum of the Future*. Dubai 2016. URL: <http://www.museumofthefuture.ae/> (Zugriff: 18.07.2016).

⁶ Die erste Zukunftsausstellung ihrer Art war die *Expo 2000* in Hannover. Vgl. Reinhard, Uwe J./Teufel, Philipp. Einundzwanzig Thesen zur Neuen Ausstellungsgestaltung. In: Dies. (Hg.): *Neue Ausstellungsgestaltung 01*. Ludwigsburg 2008, S. 10-25, hier S. 14f. Zehn weitere Beispiele sollen die These der Konjunktur von Zukunftsausstellungen in und außerhalb des Museums stützen: „*Die Zukunft der Stadt*“, Sonderausstellung im Technischen Museum Wien (Wien, Juni 2016 - Juni 2018); „*The good City*“, Wanderausstellung zur Zukunft der Stadt, mit Fokus auf nachhaltiger Mobilität (zuletzt in Bückeberg, Juni - Juli 2016); „*Future World*“, digitale Kunst-Dauerausstellung im ArtScience Museum (Singapur, 2016); „*Engineer Your Future*“, Sonderausstellung für Jugendliche im Science Museum (London, Dezember 2014 - Dezember 2017); „*THE NEXT 100 YEARS*“, Unternehmensausstellung der BMW AG zur Zukunft des Automobils (München, seit März 2016); „*Zukunftsstadt*“, Wanderausstellung auf der MS Wissenschaft (zuletzt Tulln, 2015); „*Audi future lab: mobility*“, Sonderausstellung zu Mobilitätslösungen in Metropolen im Audi Museum (Ingolstadt, Dezember 2012 - März 2013); „*neuStart – Mobil ohne Öl?*“, Sonderausstellung zur Zukunft der Mobilität im Deutschen Technikmuseum (Berlin, 2007); Zur Neueröffnung vom „*Haus der Zukunft*“ in Berlin soll es auch eine Dauerausstellung zur Zukunft geben. Vgl. Blach Report 2016; Auch das Stadtmuseum Stuttgart, das 2017 neu eröffnen soll, wird sich laut Konzept im „*Stadtlabor*“ der Zukunft der Stadt widmen. Vgl. Kulturamt Stuttgart (Hg.): *Das neue Museum. Konzept*. Stuttgart 2016. URL: <http://www.stadtmuseum.stuttgart.de/stadtmuseum-stuttgart-konzept.html> (Zugriff: 29.09.2016).

⁷ Vgl. Deutscher Museumsbund e.V./ICOM Deutschland (Hg.): *Standards für Museen*. Kassel/Berlin 2006, S. 6.

⁸ Vgl. Schweibenz, Werner: *Sprache, Information und Bedeutung im Museum. Narrative Vermittlung durch Storytelling*. In: Harms, Ilse/Luckhardt, Heinz-Dirk/Giessen, Hans W. (Hg.): *Information und Sprache. Beiträge zu Informationswissenschaft, Computerlinguistik, Bibliothekswesen und verwandten Fächern*. München 2006, S. 75-84, hier S. 77.

⁹ Korff, Gottfried: *Merkwelt Wissenschaft. Staging Science. Ausstellungen als Instrument der Wissensvermittlung*. Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik. Workshop am 26. und 27. April 2002 an der Humboldt-Universität zu Berlin, S. 10. URL: <http://www2.hu-berlin.de/hzk/files/Korff.pdf> (Zugriff: 20.09.2016).

die großen Trendthemen jedoch trotz der genannten Umstände in Museen. Hier setzt diese Arbeit an und wählt für die vorliegende Masterarbeit die Mobilität aus den vielfältigen Feldern der Megatrends aus. Das Interesse für dieses Themenfeld steht im Zusammenhang mit meiner nebenberuflichen Tätigkeit in einem Stuttgarter Ausstellungsbüro, das Ausstellungsinhalte – meist im Bereich der Mobilität – konzipiert und aufbereitet. Dass das Thema: „Wie bewegen wir uns in Zukunft fort?“ eine Frage ist, die vermehrt ins öffentliche Interesse rückt, zeigen aktuelle Projekte wie etwa die Kampagne „Zeit für #Mobilwandel“¹⁰ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit oder „Mobilität 2050“,¹¹ eine Initiative des ökologischen Verkehrsclubs Deutschland. Einige Forscher*innen sprechen sogar von einem Mobilitätswandel, indem sich die heutige Gesellschaft befindet.¹² Durch die Auswahl der Museen beziehungsweise der Forschungsfelder wurde die Studie weiter thematisch eingegrenzt. Aufgrund der Recherche nach aktuellen Zukunftsausstellungen zur Mobilität, fiel die Wahl einmal auf den im März 2016 eröffneten Zukunftsraum im Erwin Hymer Museum, das die Kulturgeschichte des mobilen Reisens in Bad Waldsee ausstellt. Als zweites Forschungsfeld wurde der 2011 neueröffnete Zukunftsbereich im Unternehmensmuseum von Mercedes-Benz in Stuttgart ausgewählt. Das Mercedes-Benz Museum zeigt die Geschichte der Automobilität anhand der eigenen Marke. Ein Vergleich der beiden Zukunftsausstellungen¹³ scheint hinsichtlich der unterschiedlichen Klassifizierung der jeweiligen Institution (das Mercedes-Benz Museum als Marketinginstrument eines Mobilitätsdienstleisters und das Erwin Hymer Museum als kulturhistorisches Museum) und der damit vermutlich einhergehenden differierenden Inszenierung lohnenswert. Beide Bereiche dienen der Studie deshalb als empirische Grundlage.

Da eine Masterarbeit in ihrem Umfang nicht die Möglichkeit bietet, den von Müller eingangs diagnostizierten „neuen Ausstellungstypus“ als solchen zu untersuchen, kann sie nicht den Anspruch erheben, ihn in Gänze auszuloten. Im Gegenteil: Sie kann sich nur auf wenige Aspekte beschränken. Die Arbeit legt ihren Schwerpunkt daher auf die Frage, wie die Mobilität der Zukunft den Besucher*innen angesichts

¹⁰ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (Hg.): Zeit für #Mobilwandel. Berlin 2016. URL: <http://www.mobil-wandel.de/aktuelles/> (Zugriff: 23.09.2016).

¹¹ Verkehrsclub Deutschland e.V. (Hg.): Projekt 2050. Berlin 2014. URL: <https://mobilitaet2050.vcd.org/2050-das-projekt/ueber-uns/> (Zugriff: 16.09.2016).

¹² Vgl. Endter, Claudia: Engpass Green Mobility. Grenzen des Mobilitätswandels versus Erfolgsfaktor Akzeptanz. Hamburg 2014, S. 14; Stiewe, Mechthild/Wittowsky, Dirk: Mobilitätskonzepte im Wandel. Mobilitätsmanagement als Hebel zur Reduzierung von Co2-Emissionen. In: Proff, Heike u. a. (Hg.): Schritte in die künftige Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden 2013, S. 429-444, hier S. 432.

¹³ Zusammenfassend wird im Folgenden von Zukunftsausstellungen die Rede sein, auch wenn Zukunft in den untersuchten Museen nur ein Teil der Dauerausstellung ist.

deren sehr heterogenem Vorwissen vermittelt und inszeniert wird. Das Erkenntnisinteresse der Studie gilt daher sowohl den inhaltlichen als auch den gestalterischen Präsentationsweisen der verschiedenen Häuser.

Vor diesem Hintergrund wurde die Arbeit wie folgt gegliedert: Nach der Präzisierung der Forschungsfrage sowie der Darlegung der Erkenntnisziele wird der Stand der Forschung beleuchtet. Im darauffolgenden Methodenteil werden die Kultursemiotik und die Dichte Beschreibung, die den Ausstellungsanalysen zugrunde liegen, vorgestellt. Sie sind die Werkzeuge, um mit den Dingen, den Texten, den Räumen und nicht zuletzt den Inszenierungen, auf die ich in den Museen getroffen bin, umzugehen. Bevor daran der empirische Teil der Analyse anschließt, sollen zunächst noch die Begriffe Inszenierung, Szenografie, Zukunft und Mobilität dabei helfen, den analytischen Zugriff zu strukturieren und den Empirie-Teil bezüglich des Ausstellungsthemas entsprechend zu schärfen. Gleichzeitig bilden diese analytischen Schlüsselbegriffe den theoretischen Rahmen der Forschung. Sie werden jeweils im Literaturüberblick auf die Untersuchung bezogen definiert. Unter Berücksichtigung dieser Sichtweisen schließen sich dann im dritten Teil der Arbeit die Analysen der Zukunftsausstellungen an, die sich in ihrem Aufbau an den Kategorien der Forschungsfrage orientieren. Im Fazit wird neben dem Resümee auch in einem Ausblick darüber nachgedacht, was der Ausstellungsgegenstand „Zukunft“ im Museum generell leisten kann.

1.2 Forschungsfrage und Erkenntnisziele

Ziel der geplanten Studie ist es, eine Analyse der zwei angeführten musealen Zukunftsdarstellungen durchzuführen, um zu ermitteln, wie die Mobilität der Zukunft im Museum inszeniert und inhaltlich verhandelt wird. Dabei soll geprüft werden, ob – und wenn ja, wie die Klassifikation der Museen die Inszenierungen beeinflusst. Die Studie versteht sich als Grundlage, um am Beispiel der Mobilität über den Ausstellungsgegenstand Zukunft im Museum nachzudenken. An den Diskurs über ihn, der seit Rosmarie Beier-de Haans Aufsatz über die Inszenierung der Expo 2000 (s. u.) in der Forschung nicht mehr weitergeführt wurde, soll angeknüpft werden, um kritische Diskussionen anzuregen und seine Relevanz zu verdeutlichen. Folgende Frage leitet die Analyse:

Wie wird 2016 die Mobilität der Zukunft mittels Gestaltung, Exponaten und Texten in den Zukunftsräumen des Mercedes-Benz Museums und des Erwin Hymer Museums inszeniert?

Die Forschungsfrage zielt darauf ab, herauszufinden, welche Rahmenbedingungen und Interpretationen heutige Ausstellungen von Mobilitätsvisionen beeinflussen. Sie fragt nach impliziten und expliziten Wertungen und Annahmen, die der musealen Präsentation eingeschrieben sind. Die Einteilung der Leitfrage in Gestaltung, Exponate und Texte lehnt sich an die Erkenntnisse von Aleida Assmann bezüglich Wahrnehmungsstrategien an. Sie konstatiert, dass Texte anders wahrgenommen werden als Dinge, ein Gedanke, der vor allem die Wahrnehmungssituationen im Museum betrifft, wo Exponat, Text und Bild eng beieinander liegen. Die Dinge werden demnach durch einen „langen faszinierenden Blick, der sich von der Dichte der Oberfläche nicht abzulösen vermag“¹⁴ betrachtet, wohingegen Texte nach einer „schnelle[n, A.d.V.] [...] Bewegung vom Buchstaben zum Geist, vom Besonderen zum Allgemeinen“¹⁵ verlangen.

Zudem sind nachfolgende Teilfragen¹⁶ von Relevanz: Welche Zukunftsbilder werden in den Zukunftsräumen der Museen vermittelt? Welche Leitmotive lassen sich in diesen Bildern finden? Und: Wodurch entsteht überhaupt der Eindruck von Zukunft? Diese Frage zielt in erster Linie auf vorgefundene „Formen, Farben, Gerüche [und, A.d.V.] Geräusche“¹⁷ ab – auf Dinge, die „nach außen wirken“.¹⁸ In welchem Verhältnis stehen Gestaltung und Inhalt? Von besonderem Interesse sind zudem die Spezifika von Zukunftsexponaten. Intrinsisch bedingt können Museumsdinge nie wirklich Zukunft abbilden, sondern höchstens State of the Art¹⁹ der Technik sein. Hinzu kommt das Paradoxon, dass geplante große technische Innovationen aus Gründen der Industriespionage im Museum als öffentlichem Ort verständlicherweise nicht gezeigt werden können. Letztlich stellt sich in diesem Zusammenhang auch die grundlegende Frage, ob das Museum im Bereich der Zukunft nicht in einem Feld agiert, für das es keine Kompetenzausstattung mitbringt.

1.3 Forschungsstand

Es gibt zwar vielfältige Literatur zur Zukunft des Museums an sich, beziehungsweise zu den jeweiligen verschiedenen Museumstypen, darüber hinaus gibt es auch

¹⁴ Assmann, Aleida: Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Gumbrecht, Hans-Ulrich/Pfeiffer, Karl Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt a.M. 1988, S. 237-251, hier S. 240f.

¹⁵ Ebd., S. 241.

¹⁶ Die Protokolle vom Stapferhaus Lenzburg zur Tagung „Gegenwart ausstellen“ sind Inspiration zum ergänzenden Fragenkatalog der Forschung gewesen. Vgl. Stapferhaus Lenzburg (Hg.): Tagungsprotokolle. X-Positionen. Gegenwart ausstellen. Lenzburg 2009.

¹⁷ Divjak, Paul: Integrative Inszenierungen. Zur Szenografie von Partizipativen Räumen. Bielefeld 2012, S. 44.

¹⁸ Ebd.

¹⁹ Der Ausdruck bezeichnet im englischen Sprachraum den hohen Entwicklungsstand einer Technologie oder eines Produktes.

einige Arbeiten zur Zukunft des Kuratierens und zur Zukunft des Ausstellungswesens im Allgemeinen.²⁰ Allerdings, wie bereits einleitend kurz erwähnt, beschäftigt sich bisher keine Untersuchung mit der Inszenierung von Zukunft im Museum. Dies trifft sowohl für den englisch- als auch für den deutschsprachigen Forschungsraum zu. Genauso fehlen Arbeiten, die Zukunft als Ausstellungsgegenstand grundlegend in den Blick nehmen. Außerhalb der Forschung zu Museen existiert der genannte Aufsatz von Rosemarie Beider-de Haan zur Expo 2000 in Hannover.²¹ Diese war nicht nur die erste Weltausstellung in Deutschland sondern beabsichtigte, einen neuen Ausstellungstypus zu schaffen: Erstmals sollten Visionen für die Zukunft in den Bereichen Mensch, Natur und Technik ausgestellt werden.²² Müllers eingangs zitierte These erscheint damit hinfällig, zumindest müsste sie relativiert werden. Mit den in der vorliegenden Untersuchung betrachteten Ausstellungen kann die Expo dennoch nicht systematisch verglichen werden, da es sich bei ihr zum einen um eine Ausstellung handelte, die sich außerhalb des Museumsraumes befand und sie zum anderen ohne jegliches originale Exponat auskam. Es handelte sich mithin um eine Schau, die in ihrem Konzept ganz auf Szenografie setzte. Im Zusammenhang der nahenden Eröffnung stellte sich bereits im Jahre 1999 Martin Roth, damaliger Leiter des Themenparks der Expo, in einem Interview die Frage: „Lässt sich die Zukunft ausstellen?“²³ Gleich im nächsten Satz beantwortet er sie selbst: „Sicher nicht.“²⁴ Das Problem liegt laut Roth darin, dass Ausstellungen von rein fiktionalem Zuschnitt nicht berücksichtigen, dass der Weg in die Zukunft direkt beim Menschen beginnt: „Wenn man über absehbare Entwicklungen redet, ist der Bezug auf die Gegenwart

²⁰ Vgl. dazu ausführlicher: Verband der Museen der Schweiz (Hg.): Museumszukünfte. Wir haben die Wahl. Zürich 2016; Just diesen September fand im Linden-Museum in Stuttgart die Fachtagung „2030. Zur Zukunft der kulturhistorischen Museen“ statt; Tylor, Mark: Museen in 25 Jahren. In: Gander, Robert/Rudigier, Andreas/Winkler, Bruno (Hg.): Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel. Bielefeld 2015, S. 85-96; John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld 2008 (Hierin sind insbesondere die zwei folgenden Aufsätze von Bedeutung: Fehr, Michael: Wider die Gegenwartsschrumpfung. Einige Überlegungen zur Zukunft des Museums, S. 133-152; Arnhold, Hermann: Das offene Museum. Zukunftsperspektiven im LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte in Münster, S. 192-199); Rombach, Julia: Trendsetter oder Traditionshüter? Die Zukunft der Museen. Hamburg 2007; Engelskirchen, Lutz: Welche Zukunft haben Museen der Arbeit? Tagung zur Darstellung von Geschichte der Arbeit im Museum, 7. und 8. Juni 2001. Essen 2002; Bott, Gerhard (Hg.): Das Museum der Zukunft. Köln 1970.

²¹ Vgl. Beier-de Haan, Rosmarie: Inszenierung von Zukunft. Visionen und mediale Strategien der EXPO 2000. In: Historische Anthropologie 9 (2001), S. 115-125.

²² Vgl.: Niedersächsische Landeszentrale für politische Bildung/EXPO 2000 Hannover GmbH (Hg.): Expo 2000. Der Themenpark. Eine Sachinformation. Hannover 1999, S. 9.

²³ Roth, Martin: Lässt sich die Zukunft ausstellen? Expo 2000 und der Themenpark. Vision und Wirklichkeit. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.05.1999.

²⁴ Ebd.

unvermeidlich.“²⁵ Allerdings könne eine Zukunftsausstellung wie die Expo das Potenzial bieten, Denkanstöße zu liefern, die womöglich dabei helfen, die „Zukunft menschlich zu gestalten.“²⁶ „Zukunft kann man nicht ausstellen“²⁷ ist auch die Ansicht, die sich in der damaligen Sachinformation zum Themenpark findet. Sie folgt der gleichen Argumentation: „Jede Prognose oder jedes Horrorszenario über das, was kommen mag, [hat, A.d.V.] mehr mit unserer Gegenwart und den heutigen Ängsten zu tun [...] als mit der Zukunft.“²⁸ Ob diesen eher pessimistischen Ansichten zugestimmt werden kann, soll hier nachfolgend eingehender diskutiert werden.

Zwei wissenschaftliche Untersuchungen sind bezüglich dieser ersten Zukunftsausstellung zu nennen. Zum einen ist die Dissertation „Weltausstellung als Wissensmodus“²⁹ der Kulturwissenschaftlerin Alexa Färber anzuführen. Wie bereits im Titel erkenntlich, geht es Färber jedoch nicht um das Thema „Zukunft“ in Ausstellungen, sondern vielmehr darum, wie im Kontext der Expo 2000 ethnografisches Wissen als „Ressource“, als „Modell“ und im/als „Transfer“³⁰ hergestellt wird. Wie dabei Zukunft oder Zukunftsthemen auch aus Sicht der Wissensproduktion dargestellt werden ist nicht Teil ihrer Forschung, daher wird sie hier nicht weiter besprochen. Die zweite, für diese Studie gewichtigere Arbeit, die sich aus kulturwissenschaftlicher Sicht mit der ‚Inszenierung‘³¹ der Weltausstellung befasst, stellt der bereits genannte Aufsatz von Rosmarie Beier-de Haan dar: „Inszenierung von Zukunft. Visionen und mediale Strategien der Expo 2000.“³² Die Museumstheoretikerin und Ausstellungskuratorin analysiert darin die Ausstellungsinszenierung und die „Neuen Medien“ als Mittel des Transfers inhaltlicher Aussagen. Vor dem Hintergrund eines drohenden „‘Overkills‘ an Inszenierung und Eventkultur“³³ hinterfragt sie die spezifischen Leistungen und Grenzen der beiden Vermittlungsmedien. Beier-de Haan stellt fest, dass Nachhaltigkeit im Rahmen der Expo das gestalterische Leitbild für die Zukunft ist. Ihrer Einschätzung nach hätte „eine Dokumentation im Fernsehen [...] [stellenweise, A.d.V.] vermutlich ebenso effektiv das transportierte Wissen

²⁵ Ebd.

²⁶ Ebd.

²⁷ Niedersächsische Landeszentrale für politische Bildung/EXPO 2000 Hannover GmbH 1999, S. 5.

²⁸ Ebd.

²⁹ Vgl. Färber, Alexa: Weltausstellung als Wissensmodus. Ethnographie einer Repräsentationsarbeit. Berlin 2006.

³⁰ Vgl. ebd., S. 69-203.

³¹ Zwar schreibt Beier-de Haan von „Inszenierung“, aufgrund der nachfolgenden Inszenierungs-Definition in Kapitel 3.1 ist hier jedoch eher Szenografie gemeint.

³² Beier-de Haan 2001.

³³ Ebd., S. 116.

vermittelt wie diese dreidimensionale Schau.“³⁴ Insgesamt bestand für sie das Problem, dass Inhalte hinter der Übermacht der Inszenierung verschwanden.³⁵ In ihrem Fazit spricht die Autorin gar von einem „Inszenierungswahn“, da ein „gigantischer, gestalteter *Körper* von Inszenierungen [...] die Besuchermengen in sich aufnimmt, sie teilweise verschlingt.“³⁶ Zudem bemängelt Beier-de Haan das Fehlen von „klaren politischen Aussagen“.³⁷ Abschließend konstatiert sie, dass die Bedeutung und die Deutungsmacht der Gestalter*innen einen Höchststand erreicht hätten.³⁸ Ihr Appell lautet, dass das inhaltliche Konzept wieder in den Mittelpunkt gestellt werden müsse. Hinsichtlich dieses Aufsatzes ist für die vorliegende Untersuchung zu prüfen, ob und welche Rolle das Leitmotiv Nachhaltigkeit für die musealen Inszenierungen der zukünftigen Mobilität spielt. Bezüglich ihrer SchlussThese wäre zudem zu ermitteln, in welchem Verhältnis Inhalt und Inszenierung zueinander stehen.

2. Methodischer Aufbau und methodenkritische Reflexionen

Eine allgemeingültige, als verbindlich betrachtete Methode zur Analyse von Museen und Ausstellungen gibt es derzeit nicht. Vielmehr hat sich im (deutschen) Museumsdiskurs durchgesetzt, „methodisch kreativ“³⁹ zu sein und für jede Museumsanalyse einen individuellen, meist interdisziplinär angelegten Methodenmix zusammenzustellen und ihn dann vor dem Hintergrund einer kritischen Reflexion anzuwenden. Diesen interdisziplinären Ansatz verfolgend kombiniert diese Arbeit die Kultursemiotik mit der Dichten Beschreibung.

2.1 Kultursemiotik

Um Texte, Objekte, Bilder, (audiovisuelle) Medien und Raum auf ihre Bedeutung hin zu untersuchen, bietet die Semiotik⁴⁰ die Möglichkeit, alle diese Phänomene als gleichberechtigte Zeichenträger zu begreifen und sie wie einen Text zu lesen. Die Schwierigkeit dabei ist, so der renommierte Semiotiker Roland Barthes: „Die Welt ist [zwar, A.d.V.] voller Zeichen, aber nicht alle diese Zeichen besitzen die schöne

³⁴ Ebd., S. 118.

³⁵ Vgl. ebd., S. 120.

³⁶ Ebd., S. 121.

³⁷ Ebd., S. 123.

³⁸ Vgl. ebd., S. 125.

³⁹ Thiemeyer, Thomas: Fortsetzung des Krieges mit anderen Mitteln. Die beiden Weltkriege im Museum. Paderborn u. a. 2010, S. 33.

⁴⁰ Unter Semiotik ist die Wissenschaft von den Zeichen(-prozessen) zu verstehen. Die Semiotik erforscht dabei alle Arten von Zeichen und nimmt ihre verbalen und nicht-verbalen Kommunikationssysteme in den Blick. Vgl. Horlacher, Stefan: Semiotik. In: Nünning, Ansgar (Hg.): Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie. Stuttgart/Weimar 2013, S. 654-656, hier S. 654.

Einfachheit der Buchstaben des Alphabets [...]: Sie sind weitaus verwickelter.“⁴¹ Diese „Hölle der Konnotationen“⁴² – mit den Worten von Korff gesprochen – die die Museologinnen Roswitha Muttenthaler und Regina Wonisch „dichte Textur“⁴³ nannten, speziell im Museumsraum zu entwirren, hilft die Kultursemiotik. Sie ist laut Muttenthaler und Wonisch das wohl am häufigsten angewendete methodische Instrument im Bereich der Ausstellungsanalyse.⁴⁴ Die vorliegende Untersuchung stützt sich in diesem Zusammenhang vor allem auf die Kultursemiotik der Museologin und Semiotikerin Jana Scholze, die in ihrer Dissertation „Medium Ausstellung“⁴⁵ aus dem Jahr 2004 die Methode entscheidend weiterentwickelte. Scholze beschreibt diese Methode sechs Jahre später in dem Aufsatz „Kultursemiotik. Zeichenlesen in Ausstellungen“⁴⁶ äußerst kompakt und erläutert, wie Zeichenprozesse im Museum zu verstehen und zu analysieren sind. Das Museum betrachtet sie als ein semiotisches System, bestehend aus einer bunten Palette einzelner *Zeichen*⁴⁷ mit symbolischer Bedeutung.⁴⁸ Voraussetzung, um sie zu verstehen ist die Kultur, da Zeichen immer nur in ihrem Kontext erscheinen und somit kulturvermittelt sind.⁴⁹ Schon Barthes beschrieb 1988, dass Zeichen nur dann existieren können, wenn sie von einer Gemeinschaft anerkannt sind.⁵⁰ Besonders anschaulich wird diese Beziehung in seinem Aufsatz: „Das Reich der Zeichen“,⁵¹ in dem er nach einer Japanreise beschreibt, was das dortige semiotische Sprachsystem in ihm auslöste: „Die unbekannte Sprache [...] zieht mich in ihre künstliche Leere hinein, die allein für mich existiert: Ich lebe in einem Zwischenraum, der frei von jeder Bedeutung ist.“⁵² Aber selbst unter der Voraussetzung, die gleiche Sprache zu sprechen und Bestandteil eines ähnlichen kulturellen Systems zu sein, kann ein Zeichen nie endgültig und bis ins Letzte

⁴¹ Barthes, Roland: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt a.M. 1988, S. 166.

⁴² Korff 2002, S. 11.

⁴³ Muttenthaler, Roswitha/Wonisch, Regina: Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen. Bielefeld 2006, S. 37.

⁴⁴ Vgl. ebd., S. 53.

⁴⁵ Scholze, Jana: Medium Ausstellung. Lektüren musealer Gestaltungen in Oxford. Leipzig u. a. 2004.

⁴⁶ Vgl. Scholze, Jana: Kultursemiotik. Zeichenlesen in Ausstellungen. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes. 2., unveränderte Auflage. Bielefeld 2013, S. 121-148.

⁴⁷ Umberto Eco, einer der gegenwärtig wohl bekannteste Semiotiker, definiert Zeichen als „eine physikalische Form, die für den Empfänger auf etwas verweist, was diese physikalische Form denotiert, bezeichnet, nennt, aufzeigt und was nicht die physikalische Form selber ist.“ Semiophoren heißen diese Zeichen in der Museumstheorie von Krzysztof Pomian. Eco, Umberto: Einführung in die Semiotik. München 1994, S. 30, zit. nach Scholze 2004, S. 123; Pomian, Krzysztof: Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln. Berlin 1998, S. 49f.

⁴⁸ Vgl. Scholze 2013, S. 123.

⁴⁹ Vgl. ebd.

⁵⁰ Vgl. Barthes 1988, S. 21.

⁵¹ Barthes, Roland: Das Reich der Zeichen. Frankfurt a.M. 1981.

⁵² Ebd., S. 22.

interpretiert werden, so Scholze, „denn der Zeichenprozess ist eine fortlaufende Bewegung.“⁵³ Dieser Vorgang wird bestimmt durch das Verschlüsseln (Codieren) und das darauffolgende Entschlüsseln (Decodieren) von Informationen. In idealisierter Form schildert ihn Scholze für das Ausstellungswesen wie folgt: Die Kurator*innen formulieren im Vorfeld Inhalte, Erwartungen und Absichten, die sie mit den ausgewählten Exponaten verbinden, diese Vorstellungen werden dann von den Gestalter*innen in Form von Objektarrangements in den Ausstellungsraum übersetzt, wo dann schlussendlich die Besucher*innen Erfahrungen machen und Erkenntnisse sammeln, die im Idealfall mit den zu vermittelnden Ausgangsideen übereinstimmen.⁵⁴ Mieke Bal spricht Exponaten daher vor allem einen Belegstatus über Kurator*innen-Aussagen zu.⁵⁵ Durch das Zusammenführen der Exponate zu einer Inszenierung entsteht eine Erzählung, die eine Darstellungsart im Rahmen von semiotischen Systemen ist. Nach Bal wird darin „eine subjektiv fokalisierte Reihe von Ereignissen vorgeführt und über ermittelt.“⁵⁶ Die Besonderheit innerhalb dieses Systems ist, dass auch die Objekte selbst erzählen und an der Konversation zwischen Ausstellendem und Besucher*in teilnehmen.⁵⁷ Zwar sind sie „von sich aus erst einmal nichtssagend“,⁵⁸ durch museale Inszenierung können Museumsdinge jedoch, so Korff, „erkenntnisbefördernde Eigenschaften“⁵⁹ entwickeln. Wenn von „der Sprache der Dinge“⁶⁰ die Rede ist, ist folglich nicht das verbale Äußerungsvermögen gemeint, „sondern ihre Fähigkeit, Signale aussenden zu können.“⁶¹ Diese Fähigkeit einer dreidimensionalen Kommunikation verbunden mit der Materialität der Dinge, die das Wahrnehmungsverhalten der Besucher*innen bestimmen, sind das große Plus von Ausstellungen gegenüber

⁵³ Scholze 2013, S. 125. Barthes beschreibt ebenfalls, dass keine endgültige Objektinterpretation möglich ist: „Alle Grade des Wissens, der Kultur und der Situation sind angesichts des Objekts und einer Sammlung von Objekten möglich.“ Barthes 1988, S. 195.

⁵⁴ Scholze 2013, S. 129.

⁵⁵ Vgl. Bal, Mieke: Vielsagende Objekte. Das Sammeln aus narrativer Perspektive. In: Dies. (Hg.): Kulturanalyse. Frankfurt a.M. 2006, S. 117-145, hier S. 123.

⁵⁶ Ebd.

⁵⁷ Thiemeyer verweist hier auf die zwei möglichen Zustände eines Museumsdinges: Es kann zum einen als Archivalie in den Sammlungsräumen eines Museums lagern, wo es mit der ins Material eingeschriebenen Vergangenheit tatsächlich stumm bleibt. Zum anderen kann es aber als Exponat durch einen Statuswechsel zu sprechen beginnen, nämlich dann, wenn es als Quelle befragt wird. Vgl. Thiemeyer, Thomas: Die neue Präsenz der Museumsdinge. In: museums.ch 10 (2015), S. 10-17, hier S. 14.

⁵⁸ Geimer, Peter: Über Reste. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 109-118, hier S. 117.

⁵⁹ Korff, Gottfried: Betörung durch Reflexion. Sechs um Exkurse ergänzte Bemerkungen zur epistemischen Anordnung von Dingen. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 89-108, hier S. 91.

⁶⁰ Dieser Ausdruck ist im Museumsdiskurs zu einem geflügelten Wort geworden, welches dem gleichnamigen Aufsatz von Aleida Assmann entspringt. Vgl. Assmann 1988.

⁶¹ Thiemeyer, Thomas: Die Sprache der Dinge. Museumsobjekte zwischen Zeichen und Erscheinung. In: Stieglitz, Leo von/Brune, Thomas (Hg.): Hin und her. Dialoge in Museen zur Alltagskultur. Bielefeld 2015, S. 41-54, hier S. 41.

Inszenierungen in anderen Medien.⁶²

Einer der Vorteile der Anwendung der kultursemiotischen Methodik liegt darin, dass sie davor bewahrt, das Museum zum Objekt zu reduzieren, da die Methode den Fokus auf den jeweiligen Diskurs legt, der im Museum präsentiert wird.⁶³ Einen weiteren Aspekt der kritischen Methodenreflexion gibt Scholze in ihrer Dissertation der Leser*in gleich selbst mit, nämlich dass „alle, egal ob Kuratoren, Historiker oder Museumsbesucher, in unvollkommenem Besitz der Codes eines Museumsobjekts sind.“⁶⁴ Festzuhalten ist allerdings, dass die Kultursemiotik zwar für die Untersuchung der komplexen Beziehungen der Akteur*innen im Museum genutzt werden kann – die *Aura*⁶⁵ aber, also die Sinnlichkeit von Exponaten oder die *Atmosphäre*⁶⁶ von Räumen kann sie nicht reflektieren.⁶⁷ Hier kann die Dichte Beschreibung weiterhelfen.

2.2 Dichte Beschreibung

Um in Ergänzung zur Kultursemiotik herauszufinden, wie Museumsdinge den Körper und die Emotionen von Besucher*innen affizieren, müssen die Zukunftsausstellungen zunächst in ihrer Gesamtheit beschrieben werden. Eine epistemische Ordnung dieser dichten Beschreibung bietet die gleichnamige Methode nach Clifford Geertz an. Mit seinem Standardwerk: „Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme“⁶⁸ entwickelte Geertz dieses theoretische Konzept bereits 1973 – ursprünglich für die ethnologische Feldforschung. Aus dem Feld der Ethnologie diffundierte die Dichte Beschreibung

⁶² Vgl. Henning, Michelle: Museums and Media Archaeology. An Interview with Wolfgang Ernst. In: Macdonald, Sharon/Leahy, Helen Rees (Hg.): The International Handbooks of Museum Studies. Vol. 3. Chichester 2015, S. 3-22, hier S. 12f.

⁶³ Vgl. Scholze 2013, S. 121.

⁶⁴ Scholze 2004, S. 25.

⁶⁵ Diese Arbeit versteht Aura nach Peter Geimer als „Vorstellungsraum, der zwischen dem Gegenstand und seinen Zuschreibungen vermittelt“ und nicht per se in ihnen wohnt. Und darüber hinaus nach Walter Benjamin als „ein sonderbares Gespinnst aus Raum und Zeit: einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“, „denn die Aura ist an [...] [das, A.d.V.] Hier und Jetzt gebunden. Es gibt kein Abbild von ihr.“ Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Tiedemann, Rolf/Schweppenhäuser, Hermann (Hg.): Walter Benjamin. Gesammelte Werke. Bd. 2. Frankfurt a.M. 2011, S. 569-599, hier S. 573; S. 577; Geimer 2005, S. 116.

⁶⁶ Gernot Böhme definiert Atmosphäre als einen „Wahrnehmungsgegenstand“, der auf dem „Spüren von Anwesenheit“ basiert. Den Charakter einer Atmosphäre kann man nur bestimmen, „indem man sich ihr aussetzt.“ Aufbauend auf Böhmes Atmosphären-Begriff ergänzt Fischer-Lichte, dass „in der Atmosphäre, die der Raum und die Dinge auszustrahlen scheinen, werden diese dem Subjekt, das ihn betritt, in empathischem Sinne gegenwärtig.“ Gerade der Museumsraum ist in besonderer Weise immer auch ein atmosphärischer Raum. Böhme, Gernot: Ästhetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München 2001, S. 50; S. 45; S. 52; Erika Fischer-Lichte: Ästhetik des Performativen. Frankfurt a.M. 2004, S. 203.

⁶⁷ Vgl. Thiemeyer 2010, S. 32.

⁶⁸ Vgl. Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a.M. 2003 (englischer Originaltext: Thick Description. Toward an Interpretive Theory of Culture. In: Ders. (Hg.): The Interpretation of Culture. Selected Essays. New York 1973).

2006 auch in die Kulturwissenschaft und hier insbesondere in die Museologie. Muttenthaler und Wonisch übertrugen sie interdisziplinär, um ihre Ausstellungsanalysen zu präzisieren und versteckte Bedeutungen zu erfassen. Die Museologinnen verglichen sich dabei mit Kartografinnen, die „mit Bleistift und Heft in der Hand Inszenierungen, Raumatmosphären, Objektanordnungen, Vitrinen, Texte, etc. möglichst genau und umfassend [...] beschreiben.“⁶⁹ So gesehen scheint diese Methode vielversprechend, um die jeweiligen Zukunfts-Inszenierungen zusammenhängend zu betrachten. Geertz' Konzept basiert auf drei Phasen: dem Beschreiben, dem Verstehen und der daraus folgenden Deutung.⁷⁰ Für diese Untersuchung heißt das, dass in einem ersten Schritt mithilfe einer „dichten“, sehr detaillierten Beschreibung eine Basis für die Anschaulichkeit der beiden Ausstellungen und der darin befindlichen Exponate geliefert wird. Dementsprechend werden das Mercedes-Benz Museum und das Erwin Hymer Museum nicht in vollem Umfang betrachtet, sondern stattdessen werden die Ausstellungsbereiche, die nicht der Zukunftspräsentation dienen, nur kurz und allgemein vorgestellt. Der Schwerpunkt liegt in dem Beschreiben der bereits erwähnten Zukunftsbereiche. Hier werden durch die Methode der Einzelfallanalyse, ähnlich einer Bildbeschreibung, signifikante Exponate und besondere inszenatorische Situationen hervorgehoben, die damit eine Stellvertreterposition einnehmen. In diesem ersten Schritt können Verständnisfragen wie: „Wie sehen die Besucher*innen die Ausstellung?“, „Wie ist die Inszenierung angelegt?“ und „Welche Präsentationspraktiken werden angewandt?“ geklärt werden. Die zweite Analyseeinheit das Verstehen greift auf die bereits vorgestellte kultursemiotische Methodik zurück. Sie präpariert aus den vorangegangenen Beschreibungen einzelne Zeichen heraus und klopft sie auf ihre Beziehungsgeflechte ab. Die daraus folgende Deutung der Dichten Beschreibung erfolgt als letzter analytischer Schritt. Hier geht es darum, die vorgefundenen Zeichen zu decodieren und die Aura der Museumsdinge sowie die Atmosphäre der Ausstellungsräume zu interpretieren.

Das methodische Problem der Dichten Beschreibung ist freilich, dass jede Dichte Beschreibung eines kulturellen Phänomens subjektiv konnotiert ist und draus gewonnene Schlussfolgerungen wiederum in individuellen Deutungen

⁶⁹ Muttenthaler/Wonisch 2006, S. 52.

⁷⁰ Die beiden Forschungsschritte – Beschreiben und Verstehen – können nicht stringent voneinander getrennt werden, vielmehr sind sie „untrennbar ineinander verwoben.“ Muttenthaler/Wonisch 2006, S. 29f.

münden.⁷¹ So zeigt die Besucher*innenforschung, dass Menschen, obwohl sie in ein und dasselbe Museum gehen, museal inszenierte Geschichte ganz verschieden deuten.⁷² Somit ist jede entsprechende Analyse letztlich nur die Interpretation einer Interpretation und damit ein Ausschnitt aus dem Gesamtphänomen und zudem anfällig für Fehlinterpretationen. Trotz dieser Probleme bietet diese Vorgehensweise die Möglichkeit zumindest neue Erkenntnisse zu gewinnen.

2.3 Anwendung der Methoden

Um die Leitfrage der Arbeit möglichst umfassend zu beantworten und eine „methodisch abgesicherte Lesart der Dinge“⁷³ gewährleisten zu können, wurden für die Ausstellungsanalysen, wie beschrieben, die Methodik der Kultursemiotik und die Dichte Beschreibung ausgewählt. Nach wiederholten Museumsbesuchen, die mit handschriftlichen Notizen und mit per Handy aufgenommenen Memos dokumentiert wurden, ergänzen Fotos und Filmaufnahmen als Quellen und Gedankenstütze meine Beschreibungen, die ich erst zuhause am Schreibtisch vornahm. Der Empirie-Teil bezieht sich infolgedessen auf die im Anhang beigefügten Abbildungen, die der Leser*in meine deskriptiven Dekodierungen nachvollziehbar machen und eine gewisse Vergleichbarkeit der musealen Inszenierungen schaffen sollen.

Bei der Durchführung der Dichten Beschreibung erging es mir wie Sarah Kleinmann, die für ihr Dissertationsprojekt ebenfalls dokumentierende Fotografien für ihre Ausstellungsanalysen über museale Darstellungen nationalsozialistischer Täterschaft nutzte. Dabei stellte Kleinmann fest: „Interessanterweise geraten manche Details erst vor dem Monitor des Computers in die Reichweite meiner Wahrnehmung, als helfe die vermittelte, ›auraferne‹ Anschauung beim Erkennen [...]“.⁷⁴ Vielleicht ist dies aber einfach nur dem Umstand geschuldet, dass bei solch

⁷¹ Der amerikanische Kulturanthropologe Eric Gable plädiert ebenfalls grundsätzlich für den Einsatz ethnografischer Methoden wie der Dichten Beschreibung im Museum. Gleichzeitig verweist er dabei auf ihre inhärente Schwäche, nämlich die „Subjektposition des Ethnographen“, die dafür verantwortlich ist, dass solche Ausstellungsanalysen „auf Erzählungen und auf demjenigen, der die Geschichte erzählt“ beruhen. Gable, Eric: Ethnographie. Das Museum als Feld. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes. 2., unveränderte Auflage. Bielefeld 2013, S. 95-120, hier S. 109f.

⁷² Vgl. Schröder, Vanessa: Geschichte ausstellen. Geschichte verstehen. Wie Besucher im Museum Geschichte und historische Zeit deuten. Bielefeld 2013, S. 247.

⁷³ So formulierte Gudrun König Gottfried Korffs Plädoyer für Dinganalysen. König, Gudrun M.: Dinge zeigen. In: Dies. (Hg.): Alltagsdinge. Erkundungen der materiellen Kultur. Tübingen 2005, S. 9-28, hier S. 13.

⁷⁴ Kleinmann, Sarah: Sinnliche Ethnographie an Tatorten. Überlegungen zur Ausstellungsanalyse in Gedenkstätten an historischen Orten nationalsozialistischer Verbrechen. In: Arantes, Lydia Maria/Rieger,

einem Ausstellungsbesuch, fernab der Gebundenheit an den Ort, die Aufmerksamkeit länger an einem Punkt verweilt.⁷⁵

Der gewählte Methodenmix ist offen angelegt und soll so jederzeit die Möglichkeit bieten, eigene Assoziationen, Hintergrundinformationen des Gesehenen, Reflexionen der eigenen Rolle im Feld und mögliche Situationen des Befremdens in die Analyse mit einfließen zu lassen. Diese Offenheit im Analyseprozess schlagen auch Muttenthaler und Wonisch vor, um „den subjektiven Anteil der Wahrnehmungen produktiv zu nutzen.“⁷⁶ Insofern baut die Studie ihre Thesen auf der Grundlage empirischer Daten auf und handelt sie induktiv. Die Arbeit blickt dabei auf Produkte der Produzent*innenseite, also die Ausstellungen, die von Kurator*innen und Ausstellungsmacher*innen erarbeitet wurden – Besucher*innenforschung spielt in dieser Studie keine Rolle. Für museale Inszenierungen gilt dabei die Feststellung von Gottfried Korff: „Das Museum bebildert nicht; es ist Bild.“⁷⁷ Als solches fordert es zur Dekodierung auf.

3. Exposition – ein Begriffs-Tableau

3.1 Inszenierung – Aufbau epistemischer Merkwelten

Ursprünglich stammt der Begriff Inszenierung aus dem Begriffsapparat des Theaters: das griechische skēnē wird mit Bühne übersetzt.⁷⁸ Auf diesen Bezug verweist auch der englische Begriff „staging.“⁷⁹ Erst zu Beginn des 19. Jahrhunderts erhielt er als Übersetzung des französischen Begriffs mise-en-scène Einzug in die deutsche Sprache.⁸⁰ Eine für die Forschungsfrage interessante Theorieperspektive ist mit dem Namen Erika Fischer-Lichte verbunden. Die Berliner Theaterwissenschaftlerin führt in ihrer Studie: „Ästhetik des Performativen“⁸¹ eine Neudefinition von Inszenierung ein:

„Ich definiere Inszenierung daher als den Vorgang der Planung, Erprobung und Festlegung von Strategien, nach denen die Materialität der Aufführung performativ hervorgebracht werden soll, wodurch zum einen die materiellen Elemente als gegenwärtige, in ihrem phänomenalen Sein in Erscheinung treten können, und zum anderen eine Situation geschaffen wird, die Frei- und

Elisa (Hg.): Ethnographien der Sinne. Wahrnehmung und Methode in empirisch-kulturwissenschaftlichen Forschungen. Bielefeld 2014, S. 179-194, hier S. 189.

⁷⁵ Vgl. Ebd.

⁷⁶ Muttenthaler/Wonisch 2006, S. 43.

⁷⁷ Korff, Gottfried: Zur Eigenart der Museumsdinge. In: Eberspächer, Martina/König, Gudrun M./Tschofen, Bernhard (Hg.): Museumsdinge. Deponieren – exponieren. Köln 2007, S. 140-145, hier S. 144.

⁷⁸ Hauthal, Janine: Inszenierung. In: Nünning, Ansgar (Hg.): Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie. Stuttgart/Weimar 2013, S. 321-322, hier S. 321.

⁷⁹ Vgl. ebd.

⁸⁰ Fischer-Lichte, Erika: Inszenierung. In: Dies./Kolesch, Doris/Warstat, Matthias (Hg.): Metzler Lexikon. Theatertheorie. Stuttgart/Weimar 2014, S. 152-160, hier S. 153.

⁸¹ Fischer-Lichte, Erika: Ästhetik des Performativen. Frankfurt a.M. 2004.

Spielräume für nicht-geplante, nicht-inszenierte Handlungen, Verhaltensweisen und Ereignisse eröffnet.“⁸²

Strategisches Handeln, Materialität und Offenheit gegenüber den Aneignungsprozessen der Rezipient*innen sind dabei Merkmale, die auch im Kontext des Museums von Bedeutung sind.

Hier, im Umfeld des Museums, boomen die beiden Begriffe Szenografie und Inszenierung seit Jahren und sind mittlerweile omnipräsent geworden. Doch hinter ihnen verbergen sich verschiedene und oft parallel verwendete Ansätze und Definitionen. Eine der jüngsten Arbeiten, die das Themenfeld ordnet und da mit gleichzeitig einen Literaturüberblick zu den vielfältigen Konzepten leistet, ist Thomas Thiemeyers Aufsatz: „Inszenierung und Szenografie. Auf den Spuren eines Grundbegriffs des Museums und seines Herausforderers.“⁸³ Der Museumswissenschaftler stellt darin fest, dass Inszenierung bezogen auf Museum und Ausstellung bereits 1883 erstmals schriftliche Erwähnung findet. Als einer der Ersten schrieb der Berliner Museumsdirektor Wilhelm von Bode in einem Ausstellungskatalog über Inszenierung als einer repräsentativen räumlichen Gesamterscheinung, die in seinem Verständnis aus einer Mischung von Gemälden, Skulpturen und kunstgewerblichen Exponaten herstellbar sei.⁸⁴ Absichtsvolles, performatives Handeln, verstanden als ästhetische Praxis, lässt sich hieran als ein erstes Merkmal einer Definition von musealer Inszenierung ableiten. Darüber hinaus stellt dieser Punkt eine bemerkenswerte Verbindung zwischen allen noch folgenden Definitionen dar, da er ausnahmslos allen Konzepten zugrunde liegt.

Erst rund 90 Jahre später, in den 1970er Jahren, wurde Inszenierung als Konzept im Museum dann jedoch zum Standard. Der diesbezügliche Auslöser, so die These von Thiemeyer, war die Bildungsreform, die Besucher*innen aus allen Bildungsschichten ins Museum lockte. In ihm wurde jetzt vermehrt Geschichte anhand von Alltagsobjekten erzählt, welche dort einer verstärkten Inszenierung bedurften.⁸⁵ Dies nicht, weil sie bisher nicht im Museum auftauchten, sondern weil die Nachkriegsgesellschaft wenig Verständnis für Alltagsdinge gehabt hätte, die dem Warenkreislauf entnommen wurden und somit keinen direkten Nutzen mehr hatten, also in ihren Augen überflüssig geworden waren. Nach Thiemeyer musste

⁸² Ebd., S. 327.

⁸³ Thiemeyer, Thomas: Inszenierung und Szenografie. Auf den Spuren eines Grundbegriffs des Museums und seines Herausforderers. In: Zeitschrift für Volkskunde 108 (2012), S. 199-214.

⁸⁴ Vgl. ebd., S. 200.

⁸⁵ Vgl. ebd.

der Wert dieser Objekte nun durch aufwändige Inszenierungen herausgestellt werden, auch um attraktiv und auf visueller Ebene leicht verständlich für die neuen vielschichtigen Massen an Besucher*innen zu sein.⁸⁶ Ein weiterer Aspekt, der Inszenierung im Museum bedeutend machte, war der neue Ausstellungstrend, der in den 1970er-Jahren aufkam: weg von der Schausammlung hin zur Highlight-Schau, mit wenigen Einzelexponaten.⁸⁷ Ohne die Systematik der Sammlung waren die Dinge für die Betrachter*innen jedoch so gut wie unverständlich und bedurften daher einer genaueren inszenatorischen Erklärung, so Thiemeyer. Zu Beginn der 1980er-Jahre wurde der Inszenierungsbegriff dann genutzt, um Differenzen herauszustellen: Zum einen für den eben skizzierten neuen Umgang mit den Objekten und zum anderen, um auf Darstellungsformen des Theaters zu verweisen. Die Gestaltungswissenschaftler Heiner Wilharm und Ralf Bohn sprechen für die 1990er-Jahre sogar von Inszenierung als einem „Leitbegriff für die Kulturwissenschaften“⁸⁸ und auch Fischer-Lichte spricht von der Omnipräsenz von Inszenierung als „interdisziplinäres kulturwissenschaftliches Diskurselement.“⁸⁹ Für den Kultur- und Sozialwissenschaftler Ulrich Paatsch lag damals der Fokus dieser Präsentationsform in der Möglichkeit, einen neuen Zugang für Bildung zu nutzen: „Inszenierungen sollen vielmehr durch das absichtsvolle Arrangement von Original, Medien und anderen Ausstellungsmitteln Kontexte schaffen, die auf die Vermittlung vernetzter Bezüge und Wechselwirkungen hin angelegt sind.“⁹⁰ Heute wird der umfassende Terminus für alle Formen des Ausstellens verwendet. Ganzheitlich gesehen haben wir es laut Wilharm und Bohn bei den Begriffen Inszenierung und Szenografie mit „weiteren Bausteinen im globalen Marketingspiel um Aufmerksamkeit“ zu tun – ob nun „in Gesellschaft, Politik, Wissenschaft [oder, A.d.V.] im Privatbereich.“⁹¹ In ihrer Studie „Inszenierung und Ereignis. Beiträge zu Theorie und Praxis der Szenografie“⁹² erläutern beide Autoren, dass szenografische Inszenierungspraktiken nicht nur in gestalterischen Design- und Kunstkontexten auftauchen, sondern auf allen Feldern menschlicher Tätigkeit.⁹³

⁸⁶ Vgl. ebd.

⁸⁷ Vgl. ebd., S. 207.

⁸⁸ Wilharm/Bohn 2009, S. 13; Vgl. Früchtel, Josef/Zimmermann, Jörg (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt a.M. 2001, S. 9.

⁸⁹ Fischer-Lichte, Erika: Theatralität und Inszenierung. In: Dies. u. a. (Hg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen 2007, S. 9-28, hier S. 21.

⁹⁰ Paatsch, Ulrich: Konzept Inszenierung. Inszenierte Ausstellungen. Ein neuer Zugang für Bildung im Museum? Ein Leitfaden. Heidelberg 1990, S. 8.

⁹¹ Wilharm, Heiner/Bohn, Ralf: Einführung. In: Dies. (Hg.): Inszenierung und Ereignis. Beiträge zu Theorie und Praxis der Szenografie. Bielefeld 2009, S. 9-45, hier S. 12.

⁹² Ebd.

⁹³ Vgl. ebd., S. 12; Vgl. auch Divjak 2012, S. 21.

Eine relativ offene und somit Raum für vielseitige Auslegungen bietende Definition von Korff trug dazu bei. Er meint mit Inszenierung eine „Anordnung und Installation der Objekte in einem Raum, wie es die Dreidimensionalität der Dinge verlangt – und zwar nach Maßgabe einer Deutung.“⁹⁴ Demnach wird ein Objekt entsprechend seinem Sinn räumlich angeordnet, „in Szene“ gesetzt.⁹⁵ Das Ergebnis einer solchen Inszenierung ist eine „ding- und körperhaft organisierte Merkwelt“,⁹⁶ die einen „Rahmen für Kognitionsleitungen“⁹⁷ schafft. Hierin scheint der Mehrwert von Inszenierungen im Museum gegenüber denen in Zentren der Erlebnisgesellschaft wie etwa dem Disneyland zu liegen. Bezogen auf die Besucher*innen lässt sich hier ein weiteres Merkmal von Inszenierung festmachen – gesteigerte kognitive Fähigkeiten:

„Der Betrachter ist Produzent, in der Rezeption des Dingarrangements wird er Sinnproduzent [...]. Dabei wird, so ist anzunehmen, durch den Raum und die sinnliche Qualität der Objekte die Rezeptionssituation in besonderer Weise konditioniert – derart, daß durch die Inszenierung der Merkwelt beim Besucher ein Zustand gesteigerter imaginationsfördernder Selbstaufmerksamkeit bewirkt wird [...].“⁹⁸

Eine Frage, die diese Forschung ergänzend beleuchten möchte, stellt sich, wenn es um die Protagonisten der Inszenierung geht, nämlich die Exponate. Nach Korff handelt es sich bei den inszenierten Objekten in aller Regel „um anschauliche, authentische Relikte der Vergangenheit.“⁹⁹ Was aber heißt das jedoch für Inszenierungen, welche die Zukunft verhandeln – ein Ausstellungssujet, bei dem es scheinbar keine dinglichen Zeugen gibt? Zunächst muss der Begriff Inszenierung aber noch weiter differenziert werden, um ihn in abgesteckten Einheiten für eine Analyse verwenden zu können.

Um den Begriff als analytischen Terminus anzuwenden, hält sich die Forschung an die von Thiemeyer entwickelte dreiteilige Begriffskategorisierung in „Ziel“,¹⁰⁰ *Merkmal*¹⁰¹ und Wirkung der Ausstellungsinszenierung.“¹⁰² Die letzte Kategorie, die

⁹⁴ Korff 2007, S. 144.

⁹⁵ Vgl. ebd., S. 335.

⁹⁶ Korff 2002, S. 7.

⁹⁷ Korff 2007, S. 172.

⁹⁸ Ebd., S. 173.

⁹⁹ Ebd., S. 335.

¹⁰⁰ Dabei ist das Ziel einer jeden Inszenierung „etwas Abstraktes den Sinnen zugänglich zu machen.“ Thiemeyer 2012, S. 207.

¹⁰¹ Bei den vier Inszenierungs-Merkmalen stützt sich Thiemeyer auf die Erkenntnisse von Erika Fischer-Lichte, d. h. für Inszenierung gilt zum einen, wie bereits von Wilhelm von Bode erwähnt, eine intentionale Handlungsstrategie, die Aufmerksamkeit erzeugt und Wahrnehmung lenkt. Zweitens sind Inszenierungen „materiell fundiert“, um von der Besucherschaft sinnlich wahrnehmbar zu sein. Schließlich ist das dritte Charakteristikum die Offenheit gegenüber den Aneignungsprozessen der Rezipient*innen, die Frei- und Spielräume für Deutungen ermöglicht. Das letzte Merkmal musealer Inszenierungen ist seine Gebundenheit an eine bestimmte Zeit und einen festgelegten, in drei Dimensionen funktionierenden

Wirkung, unterteilt Thiemeyer nochmals in vier Unterpunkte: „erlebbar“,¹⁰³ „assoziativ“,¹⁰⁴ „emergent“¹⁰⁵ und „alternativ.“¹⁰⁶ Der Freizeitwissenschaftler Wolfgang Nahrstedt erhebt das Erlebnis sogar zur zentralen Eigenschaft von musealen Inszenierungen.¹⁰⁷ Für ihn liegt darin in erster Linie ein Gewinn an intellektueller Kompetenz, die durch längerfristige interessengesteuerte Lernprozesse erworben werden kann.¹⁰⁸ Laut den Gestaltungswissenschaftlern Uwe Reinhard und Philipp Teufel, Herausgeber der Untersuchungsreihe „Neue Ausstellungsgestaltung“, entsteht das Erlebnis einer Ausstellung „in der Komplexität aus der Erfahrung eines Ortes und Raums, dem Eindruck der Raumfolge bis zur Anschauung eines einzelnen Objekts auf allen sinn- und körperlichen Wahrnehmungsebenen.“¹⁰⁹

Nach der Klärung der Begriffsgeschichte, der Verortung des Fachbegriffs im Feld des Museums und der Vorstellung der spezifischen Merkmale und Wirkungen bedarf es bei dem Vorhaben einer Inszenierungsanalyse einer Definition, die der Arbeit analytisch zugrunde liegt. Da sie die zentralen Definitionsmerkmale der vorangegangenen relevanten Forschungen vereint und diese um eine klare Strukturierung und die Herausstellung der sinnlichen Wahrnehmung erweitert, wird hierfür auf Thiemeyers Definition zurückgegriffen:

„Inszenierungen sind Strategien, die in einer Ausstellung Exponate mithilfe von Ausstellungsmobiliar, audiovisuellen und atmosphärischen Medien (Licht, Töne) räumlich in Szene setzen, um Deutungen nahelegen und

Raum. Diese Dreidimensionalität erlangt er durch die „topologische Struktur“ der Exponatensembles, die in strategischer Nachbarschaft unvermittelte Einsichten ermöglichen. Vgl. ebd., S. 208.

¹⁰² Ebd., S. 207.

¹⁰³ „Erlebbar“ nennt Thiemeyer dabei als erste Eigenschaft von Inszenierung. Dieser Punkt macht wohl die größte Schwierigkeit bei der Analyse aus, da sich Erlebnisse nicht uneingeschränkt beschreiben lassen. Es werden immer Lücken in der Darstellung bleiben, da einige Elemente nicht messbar und somit nicht in Schrift oder Worte übersetzbar sind. Inszenierungen sind Erlebnisse, „die Differenzerfahrungen ermöglichen und Präsenz erzeugen.“ Vgl. ebd., S. 209.

¹⁰⁴ Nächster Bestandteil der Wirkung ist das „assoziative“ Moment. Damit ist gemeint, dass Besucher*innen die sinnlich wahrnehmbaren Argumentationsketten in Inszenierungen nicht bewusst decodieren, sondern eigene Vorstellungen durch unbewusste internalisierte Werte und Normen entwickeln. Damit sind Inszenierungen in ihrer Wahrnehmung sehr individuell und können einem quasi zustoßen. Vgl. ebd. Divjak beschreibt diese Besonderheit als die „Unmittelbarkeit sinnlich phänomenologischer Erfahrung.“ Divjak 2012, S. 16.

¹⁰⁵ Die dritte Wirkungsweise wird in ihrer Eigenschaft als „emergent“ definiert, d. h. es entsteht „etwas Neues, das mehr bzw. qualitativ etwas anderes ist als die Summe der Einzelteile.“ Unerwartet kann so im Zusammenwirken vieler Faktoren etwas vollständig anderes entstehen – etwas, das nicht aus den einzelnen Komponenten heraus zu erklären ist. Vgl. Thiemeyer 2012, S. 209.

¹⁰⁶ Die vierte Wirkdimension ist „alternativ“, was bedeutet, dass im Rahmen der Inszenierung im Museum andere Wirklichkeiten arrangiert werden können, ohne diese genuin herbeizuführen. Für die Besucher*innen heißt das, dass sie sich diesen alternativen Wirklichkeiten gefahrlos hingeben und Situationen nachempfinden können, die in ihrer alltäglichen Wirklichkeit nie erlebbar wären. Vgl. ebd.

¹⁰⁷ Vgl. Nahrstedt, Wolfgang: Interesse wecken – Kompetenz entwickeln. Lernen in Erlebniswelten. In: Commandeur, Beatrix/Dennert, Dorothee (Hg.): Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen. Bielefeld 2004, S. 29-38, hier S. 33f.

¹⁰⁸ Vgl. ebd., S. 29.

¹⁰⁹ Reinhard, Uwe J./Teufel, Philipp: Remember the future. In: Dies. (Hg.): Neue Ausstellungsgestaltung 02. Ludwigsburg 2010, S. 16-29, hier S. 26.

Objekteigenschaften und -bedeutungen sinnlich erfahrbar zu machen. Sie sind mehr als die Summe ihrer Teile, nur partiell zu verstehen oder in Begriffe zu übersetzen, sondern vor allem erlebbar.“¹¹⁰

Ergänzt wird diese Definition um die Bindung von Inszenierungen an ein Publikum, wie es Martin Seel vorschlägt, denn nur mit ihm können sie ihre sinnliche Kraft entwickeln und Bedeutungen konstruieren.¹¹¹ Eine besondere Form der Inszenierung sei in diesem Zusammenhang noch kurz genannt, da sie im Erwin Hymer Museum wichtig wird: Der Konzeptkünstler und Kulturwissenschaftler Paul Divjak beschreibt Strategien „in Bezug auf Räume, in denen Partizipation gefragt ist und Interaktion stattfinden soll“,¹¹² als integrative Inszenierungen. Divjak macht die Besonderheit dieser Inszenierungsform vor allem daran fest, dass sie auf „verschiedenste Formen von Publikumsbeteiligung“¹¹³ setzt. Neben dem sinnlichen Erlebnis geht es Divjak insbesondere um den aktiven Erfahrungsaustausch, das Fragenstellen und das gemeinsame Ideenentwickeln.¹¹⁴

3.2 Szenografie – Konstruktion räumlicher Erlebniswelten

Gegenüber der Inszenierung weist der Begriff Szenografie drei Parallelen auf. Er stammt ebenfalls aus dem Begriffskanon des Theaters, seine Definition ist nicht eindeutig und er hat gleichfalls im Museum Karriere gemacht.¹¹⁵ Ein erster Unterschied zeigt sich, wenn man auf die Hochschullandschaft schaut: Für Szenografie gibt es ein facettenreiches Lehrstuhlangebot in den verschiedensten Disziplinen wie räumliche Kommunikation, Kostüm, Architektur oder Design¹¹⁶ – für Inszenierung dagegen keines. Aus etymologischer Sicht ist Szenografie ein Hybrid aus dem griechischen skene (Platz, Szene) und graphein (schreiben, entwerfen).¹¹⁷ Damit gemeint war ursprünglich die Bemalung der Rückwand des Bühnengebäudes im griechischen Theater. Demnach ist Szenografie als Gestaltung von Kulissen zu verstehen. Wie Inszenierung taucht auch der Terminus Szenografie in den 1970er-Jahren im Museumsdiskurs erstmals prominent auf. Jean-Pierre Laurent vom Musée Dauphinois in Grenoble führte ihn ein und verstand darunter „kleine Inszenierungen oder Installationen, die Ereignisse oder

¹¹⁰ Ebd.

¹¹¹ Vgl. Seel, Martin: Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs. In: Früchtl, Josef/Zimmermann, Jörg (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt a.M. 2001, S. 48-62, hier S. 53.

¹¹² Divjak 2012, S. 16.

¹¹³ Ebd., S. 24.

¹¹⁴ Vgl. ebd., S. 17.

¹¹⁵ Vgl. Thiemeyer 2012, S. 209f.

¹¹⁶ Vgl dazu etwa Szenografie.de (Hg.): Studiengänge und Ausbildungen im Bereich Szenografie. München 2016. URL: <http://www.szenografie.de/ausbildung.html> (Zugriff: 15.08.2016).

¹¹⁷ Vgl. Thiemeyer 2012, S. 210.

Phänomene evident machen sollten, die sich nicht durch echte Objekte oder Faksimiles dieser Objekte darstellen ließen.“¹¹⁸ Diese Definition spiegelt sich in der Expo 2000 wieder, die ohne originale Exponate auskam, weshalb in Beier-de Haans Analyse eher Szenografie denn Inszenierung gemeint war. Durch die Expo gewann die Szenografie im Museum dann an Relevanz.¹¹⁹ Diese neu gewonnene Bedeutung zeigt sich auch in der neun Jahre später erfolgten Gründung einer eigenen Reihe zu Szenografie und Szenologie.¹²⁰ Die Herausgeber Wilharm und Bohn formulierten darin ihre eigene Definition:

„Die Artikulation als ‚Szenografie‘ signalisiert dabei den Wunsch nach einer integrativen, von der Bindung an überkommene Gattungsgrenzen relativ freien Design- und Gestaltungshandlung rund um die Produktion von Ereignissen und Erlebnissen im öffentlichen Raum.“¹²¹

Damit sprechen die beiden Herausgeber eine neue Art der Ausstellungspräsentation an, die sich in den letzten fünfzehn Jahren in der Ausstellungsarbeit zu einem „Zauberwort“¹²² aufgeschwungen hat und „dem vermeintlich verstaubten Museum ein frisches Label aufklebte und stark nach Erlebnis und Event klang.“¹²³ Ein Aspekt, der bezüglich des Ausstellungsmarketings immer zentraler wurde, da Museen vermehrt auf Subventionen angewiesen sind, die wiederum an Besucherzahlen gebunden sind.¹²⁴ Thiemeyer hat aus der Definition von Wilharm und Bohn drei Besonderheiten herausgestellt, die eine genauere Unterscheidung zwischen Inszenierung und Szenografie ermöglichen: Erstens überwindet diese Auslegung die Gattungsgrenzen. D. h. Szenografie vereint unterschiedliche „Künste und Objekte gleichermaßen“¹²⁵ – was originale Objekte im Museum, einer seiner Wesenszüge, relativiert. Das zweite Kriterium, das „Primat des Raumes“,¹²⁶ fordert sein Eigenrecht. Das Museum beziehungsweise der Ausstellungsraum ist damit nicht mehr nur ein Aufbewahrungsort, ein Behältnis für Dinge, sondern will durch

¹¹⁸ Desvallées, André: Cent quarante terme muséologiques ou petit glossaire de l'exposition. In: Bary, Marie-Odile de/Tobelem, Jean-Michel (Hg.): Manuel de muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de muse, Biarritz 1998, S. 205-251, S. 244, zit. nach Thiemeyer 2012, S. 211.

¹¹⁹ Vgl. ebd.

¹²⁰ In der Reihe „Szenografie & Szenologie“ erscheinen seit 2009 aktuelle Aufsätze und Monografien zu diesem Themenspektrum. Die 13 bis heute erschienenen Bände ermöglichen einen guten Überblick über Ideen, Konzepte und Entwicklungen.

¹²¹ Wilharm/Bohn 2009, S. 9.

¹²² Reinhard/Teufel 2010, S. 18.

¹²³ Thiemeyer 2012, S. 212.

¹²⁴ Vgl. ebd.

¹²⁵ Ebd., S. 213.

¹²⁶ Ebd.

gestalterische Mittel zur Geltung gebracht werden.¹²⁷ Drittens erhebt solch eine Szenografie-Definition Anspruch darauf Erlebnisse und Ereignisse zu erzeugen – ein weiterer Umstand, der die originalen Dinge im Museum in den Hintergrund treten lässt. Ziel ist somit eine „übergreifende Gestaltungsidee, der sich alles unterordnet.“¹²⁸ Dadurch wird das „Exponat jetzt bestenfalls eines von mehreren Mitteln, mit denen ein Museum sein Publikum unterhalten kann.“¹²⁹

Auf dieser Begriffsdeutung basierend stellt Thiemeyer eine Umstrukturierung der Machtverhältnisse im Ausstellungswesen fest, die auf der semantischen Verschiebung zwischen Inszenierung und Szenografie beruht. Hierin scheint die politische Dimension zu liegen: Das Deutungsmonopol verbunden mit der klassischen Museumsidee muss sich heute zunehmend „gegen Einflüsse der Eventkultur [und, A.d.V.] gegen die Relativierung der Dinge und Sammlungen“¹³⁰ wehren. Es geht, so Thiemeyer, um den Kampf um Sinn und Zweck des Museums, ein Konflikt zwischen der Aura des Originals und dem Raum als eigenständigem Kunstwerk. Uwe Brückner, Szenografie-Experte aus Ausstellungsgestaltungsperspektive, spricht dagegen von Szenografie als „raumgenerierender Übersetzung der Inhalte“,¹³¹ wenn sie „Form aus Inhalt schafft.“¹³² Sie „inszeniert die fortwirkende Bedeutung von Dingen, Protagonisten und Geschichten“¹³³ durch „szenisches Gestalten.“¹³⁴ Solche synonym mit dem Inszenierungs-Begriff verwendeten Definitionen erscheinen dann aber „verzichtbar.“¹³⁵

Für diese Untersuchung ist es dagegen wichtig, beide Begriffe analytisch zu verwenden, da Elemente beider Prägungen in den untersuchten Themenräumen zusammenkommen. Entscheidend für die folgende Analyse ist daher die Qualität der vorhandenen Inszenierungen und Szenografien. Inszenierungen, so schreibt Korff, müssen in ihren Exponatarrangements einer „symbolisch-epistemischen Ordnung“¹³⁶ folgen, andernfalls leidet ihre Erkenntnisqualität.¹³⁷ Szenografien sind dem Gestalter HG Merz zufolge nur dann qualitativ, wenn sie das Ausstellungsgut und die Vermittlung der spezifischen Inhalte unterstützen und „den

¹²⁷ Wenn der Gesamteindruck eines Szenenbildes wichtiger ist als originale Zeugen, will Korff anstatt „Inszenierung“ von „Simulierung“ sprechen. Ein Begriff, der dem der Szenografie ähnelt und der im Hinblick auf die auratische Aufladung von Exponaten sehr treffend erscheint. Korff 2007, S. 135.

¹²⁸ Thiemeyer 2012, S. 213.

¹²⁹ Ebd.

¹³⁰ Ebd., S. 214.

¹³¹ Brückner, Uwe: Szenografie – Narrative Räume. Atelier Brückner 2002-2010. Stuttgart 2010, S. 62.

¹³² Ebd., S. 59.

¹³³ Ebd., S. 359.

¹³⁴ Ebd.

¹³⁵ Thiemeyer 2012, S. 211.

¹³⁶ Korff 2005, S. 97.

¹³⁷ Vgl. ebd.

Blick auf das Nebeneinander befördern.“¹³⁸ Wenn sie also nicht bloß der effektvollen Schmückung dienen.¹³⁹ Brückner fasst diesen Sachverhalt in die Worte: „form follows content.“¹⁴⁰

3.3 Gedanken zur Zukunft (und) der Mobilität

Nachfolgend soll nun auf zwei Begriffe eingegangen werden, die das untersuchte Ausstellungsthema betreffen: Zukunft und Mobilität. Da der Mensch das einzige Wesen ist, das zukunftsorientiert denken kann,¹⁴¹ besteht der Wunsch, die Zukunft vorzusehen, vermutlich seit es ihn gibt. Im 19. Jahrhundert gipfelte dieses Interesse in der Entstehung von Science Fiction.¹⁴² Das Genre ist heute in den verschiedensten Medien vertreten, wobei es immer darum geht, wissenschaftliche Erkenntnisse und fiktive Annahmen zu etwas völlig Neuem zu kombinieren, das es so noch nicht gegeben hat.¹⁴³ Durch die Nähe zu wissenschaftlicher Forschung geraten diese Fiktionen in den Bereich des Vorstellbaren.¹⁴⁴ Eine ebenso lange Tradition wie die Science Fiction hat die wissenschaftliche Zukunftsforschung in Deutschland. Der Futurologe Karlheinz Steinmüller beschreibt das in einem Aufsatz zur Geschichte der Zukunftsforschung so: „Etwa ab 1890 wurde Zukunft Modethema. Fast täglich erschienen 'Jules Verniaden' über Zukunftstechnologien, kosmologische Spekulationen zum Ende der Erde, Romane um Zukunftskriege und so weiter.“¹⁴⁵ Seit dem Beginn des *Anthropozäns*,¹⁴⁶ das dynamische und hochkomplexe gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Systeme hervorgebracht hat, wächst zunehmend das Interesse an verlässlichen Aussagen

¹³⁸ Heesen, Anke te: Verkehrsformen der Objekte. In: Dies. (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 53-64, hier S. 54.

¹³⁹ Vgl. HG Merz: Lost in Decoration. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 37-44, hier S. 38.

¹⁴⁰ Brückner 2010, S. 60.

¹⁴¹ Vgl. Uerz, Gereon: Übermorgen Zukunftsvorstellungen als Elemente der gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit. München 2006, S. 12.

¹⁴² Vgl. Evans, Arthur B.: Science Fiction as Genre. Histories. In: Latham, Rob (Hg.): The Oxford Handbook of Science Fiction. Oxford 2014.

¹⁴³ Obermaier, Walter (Hg.): Zukunftsbilder. Utopische Visionen in Literatur und Film. Wien 2001, S. 22.

¹⁴⁴ Vgl. Voßkamp, Wilhelm: Konstruktion des Möglichen und Machbaren. Wissenschaft und Technik in literarischen Utopien der Neuzeit. In: Heinen, Armin/Mai, Vanessa/Müller, Thomas (Hg.): Szenarien der Zukunft. Technikvisionen und Gesellschaftsentwürfe im Zeitalter globaler Risiken. Berlin 2009, S. 43-56, hier S. 51.

¹⁴⁵ Steinmüller, Karlheinz: Zukunftsforschung in Europa. Ein Abriß der Geschichte. In: Ders./Kreibich, Rolf/Zöpel, Christoph (Hg.): Zukunftsforschung in Europa. Ergebnisse und Perspektiven. Baden-Baden 2000, S. 37-54, hier S. 42.

¹⁴⁶ Der Begriff „Anthropozän“ wurde im Jahr 2000 von dem niederländischen Chemiker und Nobelpreisträger Paul Crutzen geprägt. Er definiert ihn als einen Zeitabschnitt, in dem der Mensch maßgeblich die biologischen, geologischen und atmosphärischen Prozesse beeinflusst. Dadurch ist er zu einem signifikanten geologischen Faktor auf der Erde geworden. Vgl. Renn, Jürgen/Scherer, Bernd: Das Anthropozän. Zum Stand der Dinge. Berlin 2015, S. 56.

über die Zukunft.¹⁴⁷ Dies wird von der kognitionswissenschaftlichen Hirnforschung bestätigt. Die US-Neurowissenschaftlerin Tali Sharot sieht den Grund für unser Zukunftsinteresse darin, dass „people believe that if they have the ability to control future outcomes they can steer themselves in the right direction.“¹⁴⁸ Der Reiz der Zukunft scheint also in der Angst vor ihr beziehungsweise vor zukünftigen Problemen begründet. Grundsätzlich attestiert Sharot Menschen allerdings einen Hang zum Optimismus. Dieser „optimism bias“¹⁴⁹ ist dafür verantwortlich, dass „people ‘approach’ positive future scenarios and distance themselves from negative ones.“¹⁵⁰ Aufgrund dieser neurowissenschaftlichen Erkenntnisse ist zu erwarten, dass die Zukunftsausstellungen positive, optimistische Bilder zeichnen. Insbesondere im Unternehmensmuseum scheint dies zusätzlich aus Marketinggründen wahrscheinlich zu sein.

Die Zukunftsforschung hat freilich enge Grenzen. So können bis heute wissenschaftlich-technische Entwicklungen, obgleich mittlerweile gesellschaftliche Rahmenbedingungen in die Studien mit einbezogen werden, nicht auf ihren technologischen Durchbruch oder gar ihre dominante Marktplatzierung vorausgesagt werden.¹⁵¹ Der Anspruch, „objektives Wissen über die Zukunft bzw. Zukünfte zu erlangen“,¹⁵² um sie schließlich vorhersagen zu können, scheiterte. Diesem Umstand ist es, den Herausgeber*innen der deutschen Zeitschrift für Zukunftsforschung zufolge geschuldet, dass trotz systematischer Bemühungen Zukunftsforschung im deutschsprachigen Wissenschaftsraum mit erheblicher Skepsis begegnet wird.¹⁵³ Möglicherweise liegt hierin auch begründet, warum das Thema Zukunft als musealer Ausstellungsgegenstand bisher in der Forschung so gut wie keine Beachtung fand.

Dennoch ist der gegenwärtige Boom an Zukunftsausstellungen ein Beleg dafür, dass das Thema Zukunft auch im Medium Museum Menschen in seinen Bann zieht. Was ihre Funktion in dieser Institution ist oder vielmehr sein kann, wurde bisher noch nicht untersucht, was auch im Rahmen dieser Untersuchung nicht geleistet werden kann. Allerdings erscheint hier ein Begriff, der aus

¹⁴⁷ Vgl. Zeitschrift für Zukunftsforschung (Hg.): Editorial. In: Zeitschrift für Zukunftsforschung 1 (2012), S. 2-3, hier S. 2.

¹⁴⁸ Sharot, Tali: The Optimism Bias. In: Current Biology. 21 (2011) H. 23, S. 941-945, hier S. 944.

¹⁴⁹ Ebd. S. 941.

¹⁵⁰ Ebd. S. 943.

¹⁵¹ Vgl. Müllges, Kay: Futurologie. Die Zukunftsforschung hat Grenzen. In: Deutschlandfunk, 17.09.2015.

URL: http://www.deutschlandfunk.de/futurologie-die-zukunftsforschung-hat-grenzen.1148.de.html?dram:article_id=331490 (Zugriff: 30.08.2016).

¹⁵² Seefried, Elke: Die Gestaltbarkeit der Zukunft und ihre Grenzen. Zur Geschichte der Zukunftsforschung. In: Zeitschrift für Zukunftsforschung 1 (2015), S. 5-30, hier S. 6.

¹⁵³ Vgl. Zeitschrift für Zukunftsforschung 2012, S. 2.

kulturwissenschaftlicher Perspektive für ein ähnliches Phänomen gewählt wurde, sehr hilfreich: das „Erdächtnis“.¹⁵⁴ In Anlehnung an die Assmann'sche Gedächtnistheorie bezeichnet dieser Terminus – nach Andreas Hartmann und Oliwia Murawska – einen zu einem bestimmten Zeitpunkt zugänglichen Speicher eines „menschlichen Vorstellungsfeld[es, A.d.V.] dessen, was sich in Zukunft ereignen wird.“¹⁵⁵ Die beiden untersuchten Zukunftsausstellungen wären demnach Erdächtnisse der Mobilität und hätten die Funktion, prognostisches Wissen¹⁵⁶ durch Selektion in Form einer Ausstellung zu organisieren und dadurch Zukunft vermittelbar zu machen.¹⁵⁷ Über die Wissensvermittlung hinaus kann ein Erdächtnis, wie ein Gedächtnis auch, Identität stiften. Erfahrungen im Museum können, so schreibt Stephan Schwan über Lernprozesse im Museum,¹⁵⁸ „auch zu dauerhaften Änderungen von Interessen, Werten, Fertigkeiten oder Gefühlen“¹⁵⁹ beitragen. Dies wird in besonderer Weise interessant, wenn Museen in „die Propagierung und Umsetzung politischer Ziele“¹⁶⁰ eingebunden werden. Da hinter Zukunftsthemen wie der Mobilität meist ein hoher wirtschaftlicher Wert steht, könnten identitätsstiftende Zukunftsausstellungen in dieser Hinsicht besonders „lohnende“ politische Anliegen transportieren, was sie in den Händen der Politik zu einem mächtigen und je nach Sujet und Regierungssystem wohl auch „gefährlichen“ Instrument machen könnte. Anders betrachtet und das identitätsstiftende Moment von Zukunftsausstellungen quasi nivellierend, könnten sie in Anlehnung an die Forderungen von Peter Sloterdijk Fremdheitserfahrungen par excellence erlebbar machen. Museen, die sich dem Ausstellungsgegenstand Zukunft widmen, könnten so ihrer Aufgabe als Institution für den Umgang mit dem Fremden – als „Schule des Befremdens“¹⁶¹ – nachkommen.

Auf die Frage, was Zukunft sei, wurden bisher verschiedene Antworten gegeben. Zunächst ist sie in ihrer Gesamtheit „opak, strukturlos, der Einsicht

¹⁵⁴ Hartmann, Andreas/Murawska, Oliwia: Das Erdächtnis. Zur kulturellen Logik der Zukunft. In: Dies. (Hg.): Representing the Future. Zur kulturellen Logik der Zukunft. Bielefeld 2015, S. 7-16, hier S. 8.

¹⁵⁵ Vgl. ebd., S. 7.

¹⁵⁶ Vgl. ebd., S. 9.

¹⁵⁷ Vgl. ebd., S. 11.

¹⁵⁸ In diesem Zusammenhang muss jedoch bemerkt werden, dass Lernen im Museum „kein Automatismus“ ist. Dauerhafte Verhaltensänderung ist abhängig von „Ausstellungskonzept und Besuchsmotiv.“ Schwan, Stephan: Lernen. In: Gfrereis, Heike/Thiemeyer, Thomas/Tschofen, Bernhard (Hg.): Museen verstehen. Begriffe der Theorie und Praxis. Göttingen 2015, S. 63-75, hier S. 65.

¹⁵⁹ Ebd., S. 64.

¹⁶⁰ Kirchberg, Volker: Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikro- soziologische Perspektiven. Wiesbaden 2005, S. 38.

¹⁶¹ Sloterdijk, Peter: Museum. Schule des Befremdens. In: Ders. (Hg.): Der ästhetische Imperativ. Berlin 2014, S. 354-370, hier S. 354.

verschlossen.“¹⁶² Findet ein Ordnungs- oder Übersetzungsprozess, beispielsweise in die Form einer Ausstellung statt, kann Zukunft je nach Themenschwerpunkt eine „fragile Überschaubarkeit“¹⁶³ entwickeln. Durch soziokulturelle und diskursiv gerahmte Aushandlungsprozesse ist das materialisierte Erdächtnis in Form von Zukunftsausstellungen ganz eng an seine Produzent*innen und Akteur*innen gebunden.¹⁶⁴ Das was Zukunft ist, also das „Wissen des Ungewissen“,¹⁶⁵ ist stark an seine Erzähler*innen geknüpft und kann „nur aus der jeweiligen Gegenwart heraus perspektiviert werden.“¹⁶⁶ Ähnlich beschreibt dies Mobilitäts- und Zukunftsforscher Stephan Rammler, der unser Verhältnis zur Zukunft herausgearbeitet hat: „Wir gestalten bereits, indem wir erzählen.“¹⁶⁷ Indem zukunftsbezogene Narrationen Wahrnehmungen und Deutungen beeinflussen, können sie als „Faktoren im Prozess der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit“ und „als Modus der gesellschaftlichen Selbstlenkung oder Selbststeuerung“¹⁶⁸ verstanden werden. In gewisser Weise lässt sich dieser Gedanke auf museale Zukunftsausstellungen als Produkte von zukunftsbezogener Narration übertragen, weshalb „Zukunft ausstellen“ dazu beiträgt Zukunft zu erschaffen.

Wo Zukunft beginnt ist ebenfalls eine komplexe Frage, daher wird sie auf die beiden untersuchten Museen begrenzt. In diesen beginnt die Zukunft jetzt und wird als offene Epoche interpretiert. Klar ist auch, dass die Exponate in den Museen nicht in engerem Sinne Zukunft sind,¹⁶⁹ was nicht nur im Moment der Musealisierung und der damit einhergehenden Kontextverschiebung begründet liegt, sondern in ihrer zeitlich zurückliegenden Produktion bereits angelegt ist. Zukunft lässt sich nur gemeinsam mit Vergangenheit und Gegenwart denken, da in ihr die zurückliegenden Erfahrungen und die gegenwärtigen Wünsche enthalten sind.¹⁷⁰ Dies ist anscheinend eine gute Ausgangsbasis für das Thema Zukunft im

¹⁶² Vgl. Hartmann/Murawska 2015, S. 11.

¹⁶³ Ebd.

¹⁶⁴ Vgl. ebd., S. 10.

¹⁶⁵ Weidner, Daniel/Willer, Stefan: Fürsprechen und Vorwissen. Zum Zusammenhang von Prophetie und Prognostik. In: Dies. (Hg.): Prophetie und Prognostik. Verfügungen über Zukunft in Wissenschaften, Religionen und Künsten. München 2013, S. 9-22, hier S. 18.

¹⁶⁶ Ebd., S. 15.

¹⁶⁷ Rammler, Stephan: Schubumkehr. Die Zukunft der Mobilität. Frankfurt a.M. 2014, S. 13.

¹⁶⁸ Ebd., S. 95.

¹⁶⁹ Dieser enge Sinn von Zukunft ist an den Begriff der Neuheit gebunden, der es ausschließt, „[...] dass man jetzt schon weiss, was man erst in Zukunft wissen kann.“ Hahn, Alois: Erinnerung und Prognose. Zur Vergegenwärtigung von Vergangenheit und Zukunft. Wiesbaden 2003, S. 40. Somit können auch keine musealen Zukunftsdinge entstehen, da schlicht das Wissen darüber fehlt.

¹⁷⁰ Vgl.: Elpers, Sophie/Palm, Anna: Von Grenzen und Chancen des Sammelns von Gegenwart in kulturhistorischen Museen im 21. Jahrhundert. In: Dies. (Hg.): Die Musealisierung der Gegenwart. Von den Grenzen und Chancen des Sammelns in kulturhistorischen Museen. Bielefeld 2014, S. 9-30, hier S. 11;

Medium Museum, da zumindest in den kulturhistorischen Museen Vergangenheit und vermehrt Gegenwart Teil von Dauerausstellungen sind. Die vorliegende Arbeit versteht Zukunft nicht als ein auf viele Jahrzehnte angelegtes Konstrukt, sondern nach Zukunftsforscher Armin Heinen als „gestaltbare, steuerbare Zukunft in Verlängerung der Gegenwart“, ¹⁷¹ die auf einem Zeithorizont von zehn bis fünfzehn Jahren basiert. ¹⁷²

Was ist nun aber mit der Mobilität der Zukunft gemeint? Die vorliegende Studie versteht Mobilität in einem reduzierten Sinne als „Verkehrsmobilität“ und klammert „Wanderungsbewegungen, sozialen Auf- und Abstieg [und, A.d.V.] geistige Mobilität“ ¹⁷³ aus. Da sie sich im Forschungsraum Deutschland bewegt, soll hier das gegenwärtige Mobilitätsparadigma kurz beschrieben werden. Die hiesige Gesellschaft priorisiert den Autoverkehr, der durch einen Werte-Diskurs, geprägt von Freiheit, Fortschritt, Bewegung und Individualisierung, legitimiert wird. ¹⁷⁴ Die Kulturwissenschaftlerin Uta Rosenfeld erklärt deshalb das Auto als symbolisch aufgeladenes Kulturgut und diagnostiziert: „Das Auto macht und unsere Gesellschaft ist autosüchtig.“ ¹⁷⁵ Generell wird Mobilität hierzulande als „magisches Fortschrittsrezept“ ¹⁷⁶ verstanden. Zudem ist die deutsche Automobilindustrie aus Sicht der Wirtschaft in besonderem Maße bedeutend, da sie laut Bundesministerium für Wirtschaft und Energie den größten Industriezweig Deutschlands, gemessen am Umsatz, ausmacht. ¹⁷⁷ Die deutsche Bundesregierung, die die Mobilität der Zukunft zu einem nicht unwesentlichen Teil durch politische Entschlüsse ¹⁷⁸ zu beeinflussen sucht, sieht in ihr vor allem Vorteile, ganz nach dem

Deutsches Museum (Hg.): Verkehrszentrum. Museum und Forum für Verkehrsfragen. Zukunft im Museum. München 2016. URL: <http://www.deutsches-museum.de/verkehrszentrum/information/konzept/> (Zugriff: 13.05.2016).

¹⁷¹ Heinen, Armin: Eine Geschichte der Zukunft und die Selbstvergewisserung vernünftigen Umgangs mit den zukünftigen Dingen. In: Heinen, Armin/Mai, Vanessa/Müller, Thomas (Hg.): Szenarien der Zukunft. Technikvisionen und Gesellschaftsentwürfe im Zeitalter globaler Risiken. Berlin 2009, S. 15-20, hier S. 17.

¹⁷² Diese Zeitspanne wird heute von Futurolog*innen genutzt um Prognosen zu wagen. Vgl. ebd.

¹⁷³ Jakubowski, Peter/Lehmann, Carsten: Interkommunale Mobilitätsvergleiche. In: Hartwig, Karl-Heinz (Hg.): Die Zukunft der Mobilität. Göttingen 2001, S. 7-34, hier S. 10.

¹⁷⁴ Vgl. Planka.nu (Hg.): VerkehrsMachtOrdnung. Zur Kritik des Mobilitätsparadigmas. 1. Auflage. Münster 2015, S. 7-9; Wegener, Wolf: Deutschland schafft das Auto ab. Rosenheim 2012, S. 8; Steiner, Peter M./Kuhn, Axel: Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität der Zukunft. In: Steiner, Peter M./Galimberti-Faussone, Luigi (Hg.): Übergänge und Lösungen. Für eine Nachhaltige Mobilität der Zukunft. Stuttgart 2011, S. 13-18, hier S. 13; Knie, Andreas: Auto-Mobilität und komplementäres Raumverständnis. In: Gundler, Bettina/Hascher, Michael/Trischler, Helmuth (Hg.): Unterwegs und mobil. Verkehrswelten im Museum. Frankfurt a.M./New York 2005, S. 131-139, hier S. 138f.

¹⁷⁵ Rosenfeld, Uta: Die Schwierigkeit das Genussmittel Auto zu genießen. Automobilität als Alltagsphänomen und kulturelle Praxis. In: Stapferhaus Lenzburg (Hg.): Autolust. Ein Buch über die Emotionen des Autofahrens. Baden 2002, S. 8-15, hier S. 9.

¹⁷⁶ Planka.nu 2015, S. 8.

¹⁷⁷ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hg.): Automobilindustrie. Branchenskizze. Berlin 2016. URL: <https://www.bmwi.de/DE/Themen/Wirtschaft/branchenfokus,did=195924.html> (Zugriff: 27.09.2016).

¹⁷⁸ Das „Ziel der Bundesregierung ist es, bis 2020 eine Million Elektrofahrzeuge auf die Straße zu bringen.“ Wie Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel betonte, sei dieses Ziel jedoch „noch weit entfernt.“ Um dem

Motto: „Einsteigen, losfahren, schnell, bequem und sicher ankommen.“¹⁷⁹ Zudem soll die Mobilität von morgen „unabhängig vom Öl werden“ und dabei gleichzeitig „sauber und kostengünstig“¹⁸⁰ sein. Mit dem Ziel, eine Million Elektrofahrzeuge bis 2020 auf die Straße zu bringen,¹⁸¹ soll diese Vision Wirklichkeit werden.¹⁸²

Soziale, ökologische und ökonomische Ungerechtigkeiten und Probleme werden dabei oft ausgeblendet. Verbände wie der ökologische Verkehrsclub Deutschland, der Bundesverband eMobilität e.V. oder der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club e.V. versuchen diesen Problemen Sichtbarkeit zu verschaffen und nachhaltige Mobilitätslösungen in der breiten Bevölkerung zu stärken.¹⁸³ Dieses Ziel verfolgt auch die jährlich stattfindende „Europäische Mobilitätswoche.“¹⁸⁴ Global gesehen scheint zumindest für die Generation der *Millennials*¹⁸⁵ der Besitz eines eigenen Autos verzichtbar,¹⁸⁶ solange genügend andere Transportmöglichkeiten bestehen, so die Studien der US Public Interest Research Group¹⁸⁷ und des deutschen

erklärten Ziel, das prägend für die Mobilität der Zukunft ist, doch noch näher zu kommen, wurde im April 2016 eine Kaufprämie für E-Autos eingeführt. Vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.): Elektromobilität. Einigung auf Kaufprämie für E-Autos. Berlin 2016. URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2016/04/2016-04-27-foerderung-fuer-elektroautos-beschlossen.html> (Zugriff: 14.09.2016).

¹⁷⁹ Ebd.

¹⁸⁰ Vgl.: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.): Energiewende. Mobilität der Zukunft. Berlin 2016. URL:

https://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Themen/Energiewende/Mobilitaet/mobilitaet_zukunft/_no_de.html (Zugriff: 20.09.2016).

¹⁸¹ Die Elektro-Mobilität wird aufgrund der prognostizierten steigenden Ölpreise und den strengeren Emissionsvorschriften in vielen Forschungen als die Lösung für nachhaltige Mobilität gesehen – insbesondere dann, wenn sie in Sharing-Konzepte eingebunden ist. Das Ziel der Bundesregierung geht einher mit der Idee zum Leitanbieter auf diesem Markt zu werden. Vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2016 (Energiewende); Jöckel, Michael/Hanselka, Holger: Elektromobilität aus Sicht der Systemforschung. In: Steiner Peter M./Galimberti-Faussone, Luigi (Hg.): Übergänge und Lösungen. Für eine Nachhaltige Mobilität der Zukunft. Stuttgart 2011, S. 93-108, hier S. 97; Canzler, Weert/Knie, Andreas: Schlaue Netze. Wie die Energie- und Verkehrswende gelingt. München 2013, S. 19; Heymann, Eric/Koppel, Oliver/Puls, Thomas: Evolution statt Revolution. Die Zukunft der Elektromobilität. Köln 2013, S. 7f.

¹⁸² Eine ganz andere Antwort auf das was die Zukunft der Mobilität sein kann, gibt der Physik-Professor Michio Kaku aus Sicht der Science Fiction: Für ihn besteht das Fernziel der Zukunft der Mobilität in der Erfindung der Zeitmaschine. Durch Wurm Löcher und mithilfe der Krümmung des Raumzeitwesens sollen Reisen in die Zukunft möglich sein, so Kaku. Vgl. WeltN24 GmbH (Hg.): Sci Fi Science. Reisen durch die Zeit. Berlin 13.07.2016. 00:08:19-00:11:22. URL:

<http://www.n24.de/n24/Mediathek/Sendungen/d/3195780/reisen-durch-die-zeit.html> (Zugriff: 14.09.2016).

¹⁸³ Verkehrsclub Deutschland e.V. (Hg.): Der VCD - Für eine umweltverträgliche, sichere und gesunde Mobilität. Berlin 2016. URL: <https://www.vcd.org/der-vcd/> (Zugriff: 16.09.2016); Bundesverband eMobilität e.V. (Hg.): Braucht die Politik Nachhilfe? Berlin 2016. URL: <http://www.bem-ev.de/> (Zugriff: 28.09.2016); Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (Hg.): Mobilität 4.0 und die Zukunft des Fahrrads. Bremen 2016. URL: <http://www.adfc.de/> (Zugriff: 28.09.2016).

¹⁸⁴ Umweltbundesamt (Hg.): Europäische Mobilitätswoche. Dessau-Roßlau 2016. URL:

<http://www.umweltbundesamt.de/europaeische-mobilitaetswoche> (Zugriff: 28.09.2016).

¹⁸⁵ Die „Millennials“ oder je nach Quelle auch die „Generation Y“ meint die Generation der zwischen 1980 und 1999 Geborenen.

¹⁸⁶ Vgl. Schröder, Thorsten: Generation Y. Sie erfüllen die Erwartungen einfach nicht. In: Zeit. Online, 16.08.2016. URL: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2016-08/generation-y-millennials-usa-wirtschaft-konsum/komplettansicht> (Zugriff: 27.09.2016).

¹⁸⁷ US Public Interest Research Group (Hg.): New Report Shows Mounting Evidence of Millennials' Shift Away from Driving. Washington, DC 2014. URL: <http://www.uspirg.org/news/usp/new-report-shows-mounting-evidence-millennials%E2%80%99-shift-away-driving> (Zugriff: 27.09.2016).

Zukunftsinstituts.¹⁸⁸ Die Herausforderung besteht in Zukunft vor allem darin, bei steigender Mobilität die Umweltverschmutzung zu reduzieren.¹⁸⁹

Inwieweit ist die künftige Entwicklung der Mobilität überhaupt vorhersagbar? Ruud Filarski, ehemaliger Direktor des niederländischen Transport Research Centers, kommt durch die Betrachtung historischer Veränderungsprozesse zu dem Schluss, dass sich zukünftige Entwicklungen im Verkehrswesen für rund fünfzig Jahre in groben Zügen vorhersagen lassen.¹⁹⁰ Allerdings müssten die zunehmenden politischen Eingriffe einkalkuliert werden.¹⁹¹

Was kann diesbezüglich von der Mobilität der Zukunft im Museum erwartet werden? Auf inhaltlicher sowie auf Exponatebene ist zu erwarten, dass die derzeit wichtigsten Forschungsfelder und -vorhaben vorgestellt werden. Im Bereich der Automobilität sind das

„neben der Effizienzsteigerung des klassischen Verbrennungsmotors, der Reduzierung von CO₂-Emissionen sowie der Optimierung von (Produktions-)Prozessen [...] alternative Antriebe, die E-Mobilität, die erhöhte Fahrzeugsicherheit, die Fahrzeugvernetzung sowie das automatisierte Fahren bzw. die Entwicklung von Assistenzsystemen [...]“¹⁹²

Weitere wichtige Forschungsbereiche sind die Entwicklung neuer Produktionswerkstoffe und die Gestaltung des Innen- und Außendesigns.¹⁹³ Aber auch andere Forschungsbereiche des öffentlichen Straßenverkehrs, der mit seinen unzähligen Schienen- und Autobahnkilometern „der bedeutendste

¹⁸⁸ Ford-Werke GmbH/Zukunftsinstitut GmbH (Hg.): We-Mobility. Eine Trendstudie über Millennials und die Bedeutung der Mobilität für die Gemeinschaft. Frankfurt a.M. 2015. URL: https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/Ford_Automotive_Zeitgeist_Studie_3.0.pdf. (Zugriff: 27.09.2016).

¹⁸⁹ Dass diese Herausforderung heute von der (deutschen) Automobilindustrie noch immer nur beiläufig verfolgt wird, zeigt ein aktuelles Gutachten bezüglich der Emissionsverringerung in der Modellpolitik deutscher Hersteller. Es kommt zu dem Ergebnis, dass die bisherigen klimaschutzeffizienten Fahrzeuge mit einer so undurchsichtigen Aufpreisgestaltung verbunden seien, dass sich vermuten ließe, sie seien nur in homöopathischer und nicht in großer Zahl für die Straße gedacht. Zusätzlich behindert würde die Verbrauchsreduktion durch unrealistische CO₂-Messverfahren und die beständige Konstruktion schwerer Autos, meist SUVs mit so gut wie nie genutzter Funktionalität. Vgl. Helmers, Eckard: Die Modellentwicklung in der deutschen Autoindustrie. Gewicht contra Effizienz. Trier 2015, S. 26.

¹⁹⁰ Dabei tauchen neue erfolgreiche Verkehrsmittel nicht einfach aus dem Nichts auf, sondern folgen einem festen vierphasigen Muster, bestehend aus Pionier-, Wachstums-, Dominanz- und Veralterungsphase. Vgl. Filarski, Ruud: Langfristige Veränderungsprozesse des Verkehrssystems im historischen Kontext. In: Gundler, Bettina/Hascher, Michael/Trischler, Helmuth (Hg.): Unterwegs und mobil. Verkehrswelten im Museum. Frankfurt a.M./New York 2005, S. 91-110, hier S. 104-108.

¹⁹¹ Vgl. ebd., S. 109.

¹⁹² Verband der Automobilindustrie (Hg.): Forschung und Entwicklung. Deutsche Automobilindustrie weltweit spitze. Berlin 2014. URL: <https://www.vda.de/de/services/zahlen-und-daten/zahlen-und-daten-uebersicht.html> (Zugriff: 03.06.2016).

¹⁹³ Vor allem die Zukunft der Fahrgastzelle könnte ein spannendes Thema fürs Museum mit seiner bunten Mischung an Besucher*innen sein, da sie im Fahralltag für jede Fahrer*in sichtbar ist und nicht so komplex wie technologische Neuerungen daherkommt, sondern auf konkrete künftige Nutzungsbedürfnisse reagieren muss.

Verkehrsträger“¹⁹⁴ ist, sind in musealen Inszenierungen zur Mobilität von morgen in Form von Fahrrädern, Bussen oder Schienenfahrzeugen erwartbar. Generell können solche Zukunftstrends im Museum eine leitbildhafte Orientierungsfunktion einnehmen, „indem sich Akteure in ihren Wahrnehmungen und Kommunikationen auf einen gemeinsamen Horizont beziehen.“¹⁹⁵

4. Museale Inszenierungen der Mobilität von morgen

Nach einer kurzen Beschreibung der Museen und des jeweiligen Konzepts der Dauerausstellung folgt in diesem Kapitel die Analyse der musealen Zukunfts-Inszenierungen der Mobilität von morgen. Hierzu sei noch einmal angemerkt, dass die Analyse in die drei Kategorien der Leitfrage – Gestaltung, Exponate, Texte – gegliedert ist.

4.1 Das Erwin Hymer Museum

Erst vor fünf Jahren – im Oktober 2011 – eröffnet, ist das Erwin Hymer Museum in Bad Waldsee eine relativ junge Institution in der deutschen Museumslandschaft. Inhaltlich befasst es sich nicht, wie der Name Erwin Hymer vermuten lässt, mit der Firmengeschichte des gleichnamigen Wohnmobilherstellers, sondern erzählt aus kulturhistorischer Sicht – immer aus dem Blickwinkel eines Reisenden – die (Technik-)Geschichte des mobilen Reisens. Susanne Hinzen, geschäftsführendes Vorstandsmitglied und Sprecherin der Erwin Hymer Stiftung, äußerte sich dazu dezidiert im Rahmen eines Zeitungsartikels, der vor der Eröffnung erschien:

„Der kulturhistorische Hintergrund des mobilen Reisens wird nicht nur Reise-, Design-, und Technikfans, sondern die ganze Familie begeistern. Die Ausstellung ist erlebnisorientiert und wird vor allen Dingen Sehnsüchte beim Besucher wecken.“¹⁹⁶

Der Unternehmer Erwin Hymer ist dennoch ganz eng mit dem Museum verbunden. Im Grußwort der Familie Hymer im Ausstellungskatalog heißt es dazu: „Der große Traum meines Vaters war es, ein Museum rund um das Thema Camping und Caravaning zu bauen.“¹⁹⁷ 2001 gründete Hymer dafür die gemeinnützige Erwin Hymer Stiftung als Trägerin des Museums. Als langjähriger

¹⁹⁴ acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e.V. (Hg.): Mobilität 2020. Perspektiven für den Verkehr von morgen. Schwerpunkt: Straßen- und Schienenverkehr. Stuttgart 2006, S. 7.

¹⁹⁵ Rammler 2014, S. 95.

¹⁹⁶ Susanne Hinzen zit nach SZ: Erwin-Hymer-Stiftung eröffnet am 29. Oktober das Erwin-Hymer Museum. In: Schwäbische Zeitung, 26.08.2011. URL: http://www.schwaebische.de/region_artikel,-Erwin-Hymer-Stiftung-eroeffnet-am-29-Okttober-_arid,5123342_toid,86.html. (Zugriff: 10.08.2016).

¹⁹⁷ Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Das Erwin Hymer Museum. Die ganze Welt des mobilen Reisens. Bad Waldsee 2013, S. 2.

Sammler von historischen Freizeitfahrzeugen¹⁹⁸ und Fahrzeugzubehör lieferte er zudem den Grundstock an Exponaten. Insgesamt umfasst das Museumsgebäude eine Fläche von 10.000 Quadratmetern, wobei die Ausstellungsfläche der Dauerausstellung allein 6.000 Quadratmeter misst.¹⁹⁹ Bereits vor dem Betreten des Museumsgeländes kündigt sich das Museum visuell an. Bereits auf der B30, zwischen Ulm und dem Bodensee, ist die riesige gläserne Außenhaut des Museumskomplexes unübersehbar präsent. Sie ermöglicht erste direkte Einblicke in die Ausstellung. Die Architektur des zweiteiligen Gebäudes soll an ein stehendes und ein liegendes Caravanfenster erinnern²⁰⁰ – wobei diese Interpretationsleistung wohl den wenigsten Besucher*innen auf Anhieb gelingt, da die Formsprache der Museumsarchitektur recht abstrakt bleibt (Abb. 1). Das „stehende Caravanfenster“ beherbergt die Dauerausstellung. Seine Nord- und Südfassade sind verglast und werden von je einem roten Rahmen eingefasst, der an seinem oberen Rand in großen Lettern den Namen des Museums trägt. Ost- und Westseite des Baus bestehen aus einer matten Edelstahlwand. Im „liegenden Caravanfenster“ gelangen die Besucher*innen ins Foyer, den Museumsshop, das hauseigene Restaurant und die große Halle für Sonderausstellungen. Zudem sind hier Workshop- und Tagungsräume untergebracht. Durch die Dominanz der Materialien Stahl und Glas wirkt der Komplex insgesamt sehr modern und transparent.

4.1.1 Zum Ausstellungskonzept – In 80 Wagen um die Welt

„In 80 Wagen um die Welt“ heißt der Titel der Dauerausstellung, wobei sich die ersten Assoziationen an eine Weltreise im Ausstellungsraum materialisiert bestätigen: Über zwei Ebenen erstreckt sich ein bunter Weg aus acht aufeinander folgenden Ländern und Regionen.²⁰¹ Sie folgen der Chronologie der Traumziele des mobilen Reisens von 1930 bis in die 1980er-Jahre und führen seit März 2016 bis in die Zukunft. Bevor die Besucher*innen jedoch auf die Reise geschickt werden, findet in einer Art abgedunkeltem Tunnel der Prolog der Ausstellung statt. Den Auftakt macht eine lebensgroße Pappfigur des 2013 verstorbenen Gründers Erwin Hymer, der ein Caravanmodell in den Händen hält (Abb. 2). Getragen durch eine filigrane, schlangenförmige Stahlkonstruktion mit mehreren Armen, an deren

¹⁹⁸ Die historische Sammlung umfasst Reisemobile, Wohnwagen, Oldtimer-PKW, Motorräder und Faltanhänger sowie Zubehör und umfangreiches Archivmaterial. Vgl. ebd., S.9.

¹⁹⁹ Vgl. Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Besucherinfo. Informationen zum Erwin Hymer Museum. Bad Waldsee 2016. URL: <https://www.erwin-hymer-museum.de/de/besucherinfo.html> (Zugriff: 31.08.2016).

²⁰⁰ Vgl. Erwin Hymer Stiftung 2013, S. 6.

²⁰¹ Die gesamte Dauerausstellung sowie der neue Zukunftsbereich wurden von der Stuttgarter Agentur Milla & Partner gestalterisch konzipiert und umgesetzt.

Ende sich je ein Urlaubsbild mit den verschiedensten Reisemobilen befindet, erwächst dem Modell ein Bilderstrom. Er zieht die Betrachter*innen quasi in den Tunnel hinein. Zunächst machte mich der dunkle Durchgang stutzig, auf den zweiten Blick dagegen erscheint er aus dreierlei Gründen nützlich: Zunächst schafft er eine Situation des Befremdens, die im Gegensatz zum taghellen Eingangsfoyer steht und so auf den Museumsbesuch einstimmt. Zweitens erhöht die Dunkelheit die Präsenz der filmischen Aufnahmen: Drei Screens, so groß wie Zimmertüren, zeigen im zweiminütigen Loop Aufnahmen von Menschen verschiedenen Alters bei den unterschiedlichsten Reisevorbereitungen. Drittens sorgt das Dunkel für fokussierte Konzentration auf die wenigen ausgeleuchteten Exponate.²⁰²

Im wiederum lichtdurchfluteten Hauptraum (Abb. 3) angelangt, steht die Besucher*in vor dem Auftaktexponat „Dethleffs Wohnauto“, dem Nachbau des ersten Wohnwagen Deutschlands.²⁰³ Hier beginnt auch die erste Route. Jede ist einer eigenen Farbe zugeordnet, die in Kombination mit einer Bodengrafik in Form einer Fahrbahnmarkierung den Besucher*innen den Weg weist. Angelehnt an das Thema Alpen führt eine grüne Bahn nach einem steilen Aufstieg, der einem Serpentina-Pass nicht unähnlich ist, zur zweiten Ebene. Von dort geht die Reise weiter nach Italien über Indien bis an die Ostsee. Von der Küste führt dann eine Talstraße mit Pappkamelen als Texthalter nach Marokko in die Wüste. Es ist das erste Reiseziel, das sich wieder im Erdgeschoss befindet. Nordamerika, Skandinavien und der Atlantik schließen sich der Route an. Jeder Weg ist auf beiden Seiten der „Fahrbahn“ mit Fahrzeugexponaten der jeweiligen Reiseepoche gespickt. Insbesondere die Wagen aus der Anfangszeit des Caravanings wirken oftmals kurios, weil ihnen die individuelle Bauweise auf Anhieb anzusehen ist. Gleichzeitig überrascht die Vielfalt an Größen, Formsprachen und Materialien der Modelle. Der Ideenreichtum der Tüftler²⁰⁴ hat viele charmante Weiterentwicklungen hervorgebracht, wie zum Beispiel den Aufbau einer Dachterrasse Ende der 1950er-Jahre. Es sind solch liebevoll konstruierte Details, die die Begeisterung für die Stücke wecken.

Zu jeder Traumroute gehört ein sogenannter „Sehnsuchtsort“,²⁰⁵ der aus einem individuellen, szenografisch gestalteten Raum besteht. Hier greifen die von

²⁰² Die Exponate sind in bunten Arrangements je nach Lebensalter zusammengestellt. Neben dem Screen zur jungen Familie im ersten Film stehen beispielsweise ein Surfboard, eine Gitarre, ein großer Stoffbär und ein Sonnenschirm. Etliche Dinge ergänzen das Ensemble.

²⁰³ Der Nachbau ist eine der seltenen Ausnahmen, ansonsten werden fast nur Originale gezeigt.

²⁰⁴ Im gesamten Ausstellungsraum gibt es kein von einer Frau konzipiertes Fahrzeugexponat.

²⁰⁵ Ebd., S. 10.

Thiemeyer beschriebenen Szenografie-Faktoren. Diese Orte sind stark auf Ereignis und Erlebnis ausgerichtet und versuchen, auf mehreren Ebenen die Sinne anzusprechen. Originale Exponate enthalten sie dagegen keine. Die Formen dieser Räume stehen symbolisch für das jeweilige Land oder den Ort.²⁰⁶ Aus Sicht der Kultursemiotik lassen sich diese Zeichen recht unkompliziert dekodieren, da sie sich auf gängige Stereotype berufen, die durch die Szenografien noch gestärkt werden.²⁰⁷ Einen zusätzlichen Erzählstrang in der Dauerausstellung bilden die drei „Entwicklerstationen.“²⁰⁸ Hier erfahren die Besucher*innen in einer Art „Werkstattssituation“ etwas zu den Themen „Pioniere des mobilen Reisens“, „Design“, „Konstruktion und Technik.“ Zudem bietet ein Kino mit Liegewiese Raum zum Verweilen.

Den Abschluss der Reiseroute bildet die Zukunft, die im Folgenden eingehender behandelt wird. Das Ende der Weltreise führt in den „Globusraum“,²⁰⁹ den Epilog der Ausstellung. Hier erwartet die Besucher*innen, in Reminiszenz an den Prolog, ein komplett dunkler Raum. Einzige Lichtquelle sind drei zur Hälfte aus der Wand ragende Weltkugeln (Abb. 4). Durch das Scannen der Eintrittskarte an den dafür vorgesehen Pulten können die eigenen Bilder – sofern sie zuvor an den Fotostationen aufgenommen wurden – begutachtet werden. Insgesamt vier große Panoramastationen verteilen sich über die gesamte Ausstellungsfläche und bieten durch Verkleidungen die Möglichkeit solche „Reisefotos“ zu inszenieren.

Im Anschluss an den Museumsbesuch können die Bilder von der Homepage heruntergeladen oder gleich im Museumsshop als Postkarte ausgedruckt und versendet werden. Im Großen und Ganzen kann für die Dauerausstellung fast ein Gleichgewicht aus Objektarrangements von Originalen im Sinne einer Inszenierung und szenografischen Elementen wie den Sehnsuchtsorten, dem Prolog wie auch

²⁰⁶ In einer Presseinformation des Museums heißt es, die Sehnsuchtsorte seien „überdimensionale große Superzeichen, Symbole, die das jeweilige Traumziel repräsentieren.“ Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Presseinformation. Daten und Fakten. Bad Waldsee 2011, S. 2.

²⁰⁷ Ein Beispiel sei hier exemplarisch genannt: Der Ausstellungsbereich Marokko empfängt die Besucher*innen in einer überdimensionalen und damit weithin sichtbaren, sandfarbenen Mokkaanne, die für die Gastfreundschaft der Marokkaner*innen steht. Gleichzeitig ist sie ein Zeichen für die Rast auf einer (Wüsten-)Reise. Innen kann auf Polstern Platz genommen werden, um einen Film mit Szenen aus den verschiedenen Landesteilen zu sehen. Der Ausstellungskatalog formuliert es treffend: „Farbenfrohe Bilder vermitteln einen lebendigen Eindruck von der orientalischen Kultur und machen die Faszination des Wüstenlandes spürbar.“ Erwin Hymer Stiftung 2013, S. 61. Video-, Licht- und Audioinstallationen verstärken dieses „farbenfrohe Bild“ und schaffen eine eigene Atmosphäre. Alle Elemente des „Sehnsuchtsortes“ entsprechen dabei den positiven Klischees des jeweiligen Ortes, wobei negative Momente nicht sichtbar sind – Diese konzeptuelle Strategie entspricht damit der Herstellung von Sehnsüchten nach „Ferne, Exotischem, Abenteuer, Lust auf Erleben, Reisen.“ Erwin Hymer Stiftung 2011, S. 2. Die hier beschriebenen Charakteristika entsprechen in ihren Grundzügen dem Schema aller Sehnsuchtsorte.

²⁰⁸ Erwin Hymer Stiftung 2013, S. 95.

²⁰⁹ Ebd., S. 106.

dem Epilog festgestellt werden. Zwar sind die originalen Exponate den szenografischen Räumen zahlenmäßig weitaus überlegen, dennoch nehmen sie, wenn auch nur auf einer sinnlich wahrnehmbaren Ebene, durch den Erlebnisfaktor – aber eventuell auch durch ihre schiere Größe – eine ähnlich prominente Rolle im Museum ein.

4.1.2 Inszenierung nachhaltiger Mobilität der Zukunft

Seit dem 24. März 2016 wurde die Dauerausstellung zu Gegenwart und Vergangenheit um den Bereich Zukunft erweitert. Bereits vier Monate später, am 1. August, zeigte sich der Zukunftsraum mit komplett neuen Exponaten, lediglich die Ausstellungsmöbel blieben bestehen.²¹⁰ Da die beiden Inszenierungen sich nur durch die Objekte unterscheiden und das Raumbild und die Texte nur unwesentlich verändert wurden, gibt es nachfolgend nur zum Kapitel „Exponate“ zwei Ausführungen. Diese textliche Trennung erscheint strukturell sinnvoll, um der Exponatvielfalt und der besseren Lesbarkeit gerecht zu werden.

Erste Blicke auf die Zukunft der Mobilität sind beim Aufstieg zu den Alpen, gleich nach der ersten Kurve, zu entdecken. Rechts über die Brüstung der aufsteigenden Rampe gelehnt, ist die Rückseite eines gerüstähnlichen Konstrukts erkennbar (Abb. 5). Durch die Verbindung der einzelnen Metallstangen entstehen unterschiedlich große Fächer, die mit einer Vielzahl an Dingen gefüllt sind. Weder in ihrer Funktion noch in ihrer Dinglichkeit lassen sie sich auf Anhieb entschlüsseln. Vor Betreten des Bereichs wirkt die ungewohnte Blickführung, gepaart mit der Unverständlichkeit der Objekte, wie ein Trigger, ein Reiz, der Spannung aufbaut.²¹¹ Zusätzlich werden dadurch im Vorfeld Auf- und Einsichten gewährt, die im Ausstellungsbereich selbst nicht möglich sind. Die Inszenierung der Mobilität der Zukunft erscheint von der rückwärtigen Seite zunächst unverständlich, aber durch die Fülle an Exponaten, Farben und Formen entsteht ein fragmentarisches Bild, das optisch sehr reizvoll daherkommt und Erwartungen weckt.

Raumbilder und zentrale Installation – Baustelle Zukunft

Nach einem gedanklichen Sprung durch die Dauerausstellung markiert ein

²¹⁰ Diese recht zügige Umgestaltung war mir zu Beginn der Untersuchung nicht bekannt, ermöglichte aber – zumindest auf der Exponatebene – eine zusätzliche Interpretation von musealer Inszenierung der mobilen Zukunft.

²¹¹ Die Präsentation löste in mir den Wunsch aus, die bevorstehende und sich noch ganz am Anfang befindliche Dauerausstellung quasi zu überspringen, um die befremdlichen Exponate näher anzuschauen. Durch die strikte, im wörtlichen Sinne „in gelenkten Bahnen“ angelegte, Wegführung war dies jedoch nicht möglich. Ob dies nur an meiner Rolle als Forscherin lag, oder ob dieses Empfinden auch die normale Besucherschaft beschleicht kann hier nicht objektiv dargestellt werden.

straßenschildähnlicher Wegweiser den Beginn des Zukunftsbereichs mit dem Appell: „Auf in die Zukunft“ (Abb. 6). Auch die Bodengrafik kündigt mit dem Wechsel von Pink zu Silber und dem gleichfarbigen Label: „Zukunfts Route“ einen neuen Ausstellungsbereich an (Abb. 7). Von diesem Standpunkt aus erhalten die Betrachter*innen quasi einen Panoramablick in die Zukunft. Grundsätzlich ist der Bereich als ständig wechselnde²¹² expositorische Versuchsanordnung angelegt, die aus vier Grundelementen besteht: dem zentral liegenden Zukunftscockpit, dem Exponatpanorama, der aktuellen Fahrzeugstudie und einigen rahmenden Texttafeln. Das weitgefächerte Exponatgerüst scheint dem grauen Ausstellungsboden auf der rechten Seite organisch zu entwachsen. Zunächst ganz klein und bodennah entfaltet es sich auf der äußeren linken Seite bis zu einer Höhe von circa fünf Metern. Eine mattgraue Blende schließt das Gerüst nach oben hin ab und stärkt im Raumeindruck das dynamische Aufstreben der Installation. Der zu Erlebnis und Ereignis anregende Charakter der panoramahaften Inszenierung scheint den Gestalter*innen im Vorfeld durchaus bewusst gewesen zu sein: Ein Warnhinweis an der oberen Blende mit durchgestrichenem Schuh kündigt von dieser Sorge (Abb. 8). Das Panoramagerüst fungiert als Rahmung der Inszenierung, die es von benachbarten Raumelementen wie dem Kino abgrenzt und damit gleichermaßen die Aufmerksamkeit auf die in ihm befindlichen Objekte fokussiert. Dadurch tritt das raumbildende Gerüst „dienend in den Hintergrund“, eine Voraussetzung dafür, so der Gestalter HG Merz, dass die „originalen Gegenstände jene besondere Gefühlsqualität [entfalten können, A.d.V.], die Walter Benjamin als Aura bezeichnete.“²¹³ Die Größe der Wand, seine mosaikhafte Farbigkeit und seine dynamische Form generieren Schauwert. Bot sich schon von der Rückseite ein fragmentarisch buntes Bild, wird es auf der Vorderseite von einer noch größeren Dingdiversität und Buntheit übertroffen. Durch diese Vielfalt der vier Grundelemente und die durch das Panoramagerüst entstehende Vergleichbarkeit der Exponate ist das Raumbild im besten Sinne einer *Wunderkammer*²¹⁴ unterhaltend. Der Blick wird damit bewusst überfordert, sodass zumindest eins sicher scheint: Die Zukunft der Mobilität ist komplex und vielschichtig. Diese Vielfalt der Exponatformen kombiniert mit der Formstrenge des Gerüsts ist hier

²¹² Vgl. Gedächtnisprotokoll 14.07.2016, Gespräch mit Susanne Rauss-Dangel, Leitung Museum Besucherservice, S. 94 im Anhang.

²¹³ HG Merz 2005, S. 39.

²¹⁴ Die Kunst- und Wunderkammern sind im 16. und 17. Jahrhundert „Ort der Erkenntnis und des Studiums“, ausgestattet mit allerlei Kuriositäten ist in ihnen „eine frühe Form des neuzeitlichen Museums“ zu sehen. Flügel, Katharina: Einführung in die Museologie. 2. Auflage. Darmstadt 2009, S. 39; S. 41.

anscheinend die Leitidee der Gestaltung und prägt den Charakter des Raumes.

Einige Schritte weiter, den Bahnen der Zukunftsrouten folgend, fällt das große Halbrund auf, das bei näherem Hinsehen mit zwei Bildschirmen auf unterschiedlichen Höhen bestückt ist. Als das zentrale Element im Raum bietet das sogenannte „Zukunftscockpit“²¹⁵ einen guten Überblick (Abb. 6). Durch seine Positionierung gibt es seinen Nutzer*innen einen festen Abstand zum Zukunfts-panorama vor, wobei diese Entfernung wohl von den Ausstellungsmacher*innen für die Betrachtung als am besten geeignet befunden wurde. In Anlehnung an seinen Namen weckt das Zukunftscockpit auch durch seine runde, silberne Form Assoziationen an eine Art Raumschiff. Dessen Pilot*innen, nämlich die Besucher*innen selbst, können so vermeintlich die Steuer über die Zukunft in die eigene Hand nehmen. Das Zukunftscockpit ist als räumliches Element ohne Exponate – wie die anderen Sehnsuchtsorte auch – als szenografischer Raum zu deuten. Vom Cockpit aus gesehen im Rücken der Besucher*in steht eine aktuelle Fahrzeugstudie, die den Ausstellungsbereich zu dieser Seite von der benachbarten Atlantik-Route abgrenzt. Eine hinter dem Kofferraum des Wagens stehende Stele mit eingebautem Bildschirm zeigt einen kurzen Imagefilm und nennt die wichtigsten Fakten. Das „Hymercar“, eine Mischung aus Mercedes-Benz-Van und Reisemobil, geht vor der imposanten Inszenierung der Panoramawand fast etwas unter und hat dadurch nur untergeordnet Anteil am Raumbild (Abb. 7).

Aufgrund der Ausstellungsgestaltung, die in puncto Möblierung vor allem auf Gerüstbauweise und einige werkbankähnliche Elemente (Zukunftscockpit) setzt, wirkt der Bereich wie eine große offene Werkstatt mit Baustellencharakter. Die Baustelle Zukunft ist dabei ein thematisch sehr treffendes Bild, da die materialisierten Erdächtnisse nicht für die Ewigkeit gemacht, sondern ständigem Wandel unterzogen sind. Nach dem Gestalter Davide Dornie, der eine Kategorisierung von Ausstellungsgestaltungskonzepten erarbeitet hat, kann man hier von einem „narrativen Raum“ sprechen, der sich in seiner Struktur dadurch auszeichnet, dass „durch unterschiedliche Hervorhebung und Kontextualisierung des Materials verschiedene Rhythmen und Intensitätsebenen entstehen.“²¹⁶ Der Wert solcher narrativen Räume liegt laut Brückner darin, dass die Adressat*innen

²¹⁵ Milla & Partner GmbH (Hg.): Sehnsucht Zukunft. Neuer Ausstellungsbereich im Erwin Hymer Museum. Stuttgart 2016. URL: <http://www.milla.de/presseservice/sehnsucht-zukunft-neuer-ausstellungsbereich-im-erwin-hymer-museum> (Zugriff: 03.10.2016).

²¹⁶ Dornie, Davide: Ausstellungsgestaltung. Konzepte und Techniken. Ludwigsburg 2006, S. 20.

den Kern der Erzählung begreifen, auch wenn nicht jedes Detail aufgenommen werden kann.²¹⁷ Farblich orientiert sich das dreidimensionale Raumbild überwiegend an der Materialität des Gerüsts, einem Grau-Metallic und dem Asphaltgrau des Bodens. Das Stahlgrau erinnert an den Rohstoff Metall. Dieser hat in besonderer Weise mit der Herstellung von Mobilitätsprodukten zu tun, da eine ganze Palette an Metallen grundlegender Produktionswerkstoff ist. Zudem ähnelt das Grau-Metallic dem in Deutschland beliebtesten Autolack: 2015 liefen laut Kraftfahrtbundesamt „28,7 Prozent aller Neuwagen“²¹⁸ in Silber oder Grau vom Band – seit Jahren schon liegt dieser Lack an der Spitze der Beliebtheit.²¹⁹ Somit kann die Farbe als symbolischer Bezug auf die gegenwärtige Mobilität gesehen werden.

Exponate I – Erdächtnisse von Mobilitätslai*innen

Bilder – Staunen als Sehnsucht nach Wissen

Dem von rechts nach links aufsteigenden Exponatgerüst folgend,²²⁰ sind die ersten Ausstellungsobjekte zwei Bilder mit möglichen Zukunftsmobilen. Die Präsentationsweise ohne erklärenden Text oder Bildüberschrift macht die wie Fotografien wirkenden Darstellungen nicht weiter definierbar (Abb. 9). Ob es sich dabei tatsächlich um Fotos von Fahrzeugstudien handelt oder ob die futuristisch wirkenden Mobile samt Landschaft am Bildschirm entwickelt wurden, bleibt offen. Die Anbringung am Gerüst gelingt über eine hinter das Bild montierte Platte, die wiederum mit dem Gerüst verschraubt ist. Die allermeisten Zukunftsbilder werden am oberen Rand von chromfarbenen Klemmen fixiert – auch als „Architektenklammer“ bekannt. Im Ausstellungskontext können sie im übertragenen Sinne als Zeichen von deren Arbeitsweise gelesen werden, die stark auf Variantenbildung basiert. Diese Art der Präsentation der Bilder lässt den Rückschluss zu, dass in der Ausstellung vorgesehen ist, viele Versionen von Zukunft zu zeigen – ähnlich einem Architekturbüro – um sie bei Bedarf schnell und problemlos austauschen zu können. Dieser Bildtypus taucht in der ganzen Inszenierung an unterschiedlichen Stellen immer wieder auf und bildet damit die

²¹⁷ Vgl. Brückner 2010, S. 67.

²¹⁸ dpa/cj: Mehr Farbe im Auto-Spiel. Weiß, Schwarz, Silber, Grau: Autofahrer in Deutschland und Europa mögen es eher trist. In: Auto Bild, 02.05.2016. URL: <http://www.autobild.de/artikel/vorliebe-fuer-farben-die-beliebtesten-autofarben-8474403.html> (Zugriff: 04.09.2016).

²¹⁹ Vgl. ebd.

²²⁰ Zwar ist diese Vorgehensweise bei den Besucher*innen nicht zu beobachten – sie nähern sich den Exponaten nicht linear, sondern springen zwischen unterschiedlichen Standpunkten hin und her – dennoch bietet diese Abfolge eine nützliche Struktur für die Analyse, um nicht in der Objektfülle verloren zu gehen. Die von unten nach oben angelegte Beschreibung ist frei von hierarchischen Beziehungen.

erste Objektkategorie. Die Eigenheit von Bildern beschreibt der Wissenschaftshistoriker Hans-Jörg Rheinberger damit, dass sie „Objekte in einen anderen Raum transportieren können.“²²¹ Hinsichtlich der fehlenden Erklärungen kann festgehalten werden, dass diese Exponatgattung darauf ausgelegt ist, die Besucher*innen zum Staunen zu bringen und nicht darauf, inhaltliche Sachverhalte in Bildern zu veranschaulichen.

Mobilitätsmodelle in allen Lebensräumen

Im dritten Fach des Metallregals steht ein erstes dreidimensionales Fahrzeugmodell. Der silberfarbene Wagen ist als solcher nur durch die schwarzen Reifen erkennbar, ansonsten erinnert der fahrbare Aufbau eher an ein ausgefahrenes Kameraobjektiv (Abb. 10). Bevor aber auch hier eine neue Objektkategorie beschrieben werden kann, muss auf die Informationstafel zum Zukunftspanorama verwiesen werden, die den Hintergrund zu den meisten Objekten liefert:

„Hier werden wechselnde Exponate gezeigt, die Zukunftsvisionen thematisieren. Aktuell zeigen wir Ausstellungsstücke, die, unter anderem, von Schülern des Gymnasiums Bad Waldsee, der Realschule Ehingen und Museumsbesuchern kreiert wurden.“²²²

Die exponierten Modelle sind demnach überwiegend von Akteur*innen²²³ entworfen, die mutmaßlich eher aus dem Feld der Mobilitätslai*innen²²⁴ kommen, als aus dem der -spezialist*innen. Dies mag Ursache für das breite Farb- und Formenspektrum der Gefährte sein. Hinzu kommt, dass die Modelle bereits mit dem Ziel der Ausstellungsbestückung angefertigt wurden und somit wahrscheinlich ästhetische Aspekte bei der Herstellung eine Rolle gespielt haben. Die zukünftigen Eigenschaften der Modelle basieren daher nicht auf Forschungsvorhaben aus Expert*innensicht, vielmehr können hieran Wünsche eines eingeschränkten Spektrums der Gesellschaft identifiziert werden, zum Beispiel das Bedürfnis nach

²²¹ Rheinberger, Hans-Jörg: Epistemologica. Präparate. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 65-76, hier S. 74.

²²² Texttafel am Panoramagerüst. Dieser Text sowie alle folgenden zitierten Ausstellungstexte wurden von mir fotografiert und befinden sich im Archiv der Forscherin.

²²³ Der Aspekt der unterschiedlichen Akteur*innen die in diesem Ausstellungsbereich mithilfe der Sprache der Dinge ihre Visionen der Mobilität der Zukunft zum Ausdruck bringen dürfen, ist ein spannender. Die Frage: „Wer darf im Museum zu welchem Thema sprechen?“ wird hier konkret. Zukunft (in all seinen Dimensionen) scheint ein Thema zu sein, das im Museum auch von Lai*innen dargestellt werden kann. Ob es daran liegt, dass es sich bei der Zukunft um einen Themenkomplex handelt bei dem sich niemand so richtig sicher ist – nicht einmal die Wissenschaft?

²²⁴ Immer wieder sind ungewohnte Fahrzeugeigenschaften zu entdecken, wie beispielsweise beim ersten Modell, das sich in drei Stufen ausfahren lässt, sodass die zukünftige Fahrerin praktisch in einem normalen Caravan den dreifachen Wohnraum an Bord hat. Viele der Modelle sind aber nicht bis zum Schluss durchdacht oder deuten Veränderungen nur schemenhaft an, was die Folgerung zulässt, dass hier vermehrt Mobilitätslai*innen am Werk waren.

mehr Platz (Abb. 10) und individuellen Räumen auf der Reise (Abb. 11) oder die weitere Erschließung neuer Mobilitätsräume wie die Tiefsee (Abb. 12) oder der Luftraum (Abb. 13), aber auch Wünsche nach mehr Individualisierung bei der Fahrzeugzusammenstellung (Abb. 14). Neben Modellen zum Thema Mobilität der Zukunft gibt es auch Modelle, die das Thema Urbanisierung beziehungsweise die Rückeroberung der Stadt thematisieren sowie Arbeiten zur Connectivity und der Frage: „Wohin wird uns die Vernetzung führen?“ (Abb. 15).²²⁵ Rheinberger schildert die Spezifika von Modellen als Wissensdinge, die sich im „Übergang vom Gegenstand, den es modelliert, in ein anderes Medium“²²⁶ befinden. Ob solche durch Modelle erzeugte *Spuren*²²⁷ sich als „signifikant“ erweisen, hängt davon ab, ob sie in weitere experimentelle Kontexte eingefügt werden, um dort weitere Spuren zu erzeugen.²²⁸ Vor diesem Hintergrund können Mobilitätsmodelle als Spuren eines Mobilitäts-Erdächtnisses gelesen werden. Durch die Perfektion der Materialverarbeitung erzeugen sie als Zeichen eine ganz eigene Ding-Präsenz, die nach Dieter Mersch das „A-Präsente“²²⁹ repräsentiert, in diesem Fall das zukünftige Fahrzeug. Die Modelle verweisen auf den von Mersch beschriebenen Doppelsinn der Zeichen: „Sie bezeichnen etwas [und, A.d.V.] sie verweisen auf anderes.“²³⁰

Lebende Organismen

Zu großen Teilen ist die Panoramawand mit durchsichtigen Plastikgefäßen ausgestattet, die im Inneren mit Grünpflanzen bestückt sind (Abb. 16). Nach dem Vorbild des *Wardschen Kastens*²³¹ stehen die lebenden Organismen sinnbildlich für die nachhaltige Versorgung auf zukünftigen Reisen. Als immer

²²⁵ Diese Themen und die zugehörigen Objekte werden hier nicht weiter besprochen, da der Fokus auf den Exponaten zur Mobilität der Zukunft liegt.

²²⁶ Rheinberger 2005, S. 67.

²²⁷ Rheinberger definiert die Spur als „jenes Niemandsland, wo das Ereignis von Wissenschaft und Kunst sich abspielt, der Riß, in dem sich das Neue abzeichnet. Ein solches „Abzeichnen“, das nichts mit Imitation zu tun hat, sondern mit dem jähen oder auch unmerklichen Auftauchen von Konturen aus der Dämmerung, mag man als den Grundvorgang der Repräsentation ansehen.“ Rheinberger, Hans-Jörg/Hagner, Michael/Wahrig-Schmidt, Bettina: Einleitung der Herausgeber*innen. In: Dies. (Hg.): Räume des Wissens. Repräsentation, Codierung, Spur. Berlin 1997, S. 7-22, hier S. 19.

²²⁸ Rheinberger, Hans-Jörg: Dimensionen der Darstellung in der Praxis des wissenschaftlichen Experimentierens. In: Hampe, Michael/Lotter, Maria-Sibylla (Hg.): „Die Erfahrungen, die wir machen, sprechen gegen die Erfahrungen, die wir haben.“ Über Formen der Erfahrung in den Wissenschaften. Berlin 2000, S. 235-246, hier S. 240.

²²⁹ Mersch, Dieter: Was sich zeigt. Materialität, Präsenz, Ereignis. München 2002, S. 11.

²³⁰ Ebd., S. 133.

²³¹ Der englische Arzt Nathaniel Ward entdeckte 1829, dass erdgefüllte geschlossene Gefäße ihren Feuchtigkeitsspiegel über Jahre konstant halten können und Pflanzen darin bei Tageslicht autark lebensfähig sind (Vgl. Einleitungstext am Panoramagerüst). Da der Museumsraum trotz großer Tageslichtfenster keine direkte Sonneneinstrahlung ermöglichte, mussten Thymian, Brokkoli und Co. regelmäßig vom Museumspersonal ausgewechselt werden. Vgl. Gedächtnisprotokoll 14.07.2016, S. 94 im Anhang. Dieser nachhaltige Zukunftstrend scheint im Museumsraum nicht zu funktionieren.

wiederkehrendes Motiv prägt das Grün der Pflanzen sowie das Blau vieler Exponate und Bilder die Farbigkeit der Arrangements. Beide Farben spiegeln dabei das thematische Leitmotiv der Zukunftsinzenierung: Nachhaltigkeit scheint sechzehn Jahre nach der Expo 2000 immer noch das Inszenierungsziel der Zukunft zu sein. Die Materialität dieser Exponatgruppe – eine Mischung aus Plastik und organischer Biomasse – lässt an innovative Energieversorgung im Sinne von nachwachsenden Rohstoffen denken.

Bildschirme – Fenster in die Zukunft

Die letzte Kategorie zählt insgesamt fünf Bildschirmexemplare und ist erstmals im vierten Abschnitt des Zukunftspanoramas untergebracht (Abb. 17). Der erste Bildschirm zeigt einen Film über die Flugversuche von Otto Lilienthal. Dabei geht es hier um den ur alten Menschheitstraum vom Fliegen, der Teil vieler Zukunftsvisionen ist.²³² Bis heute gibt es kein individuelles Fluggerät, das Menschen in ihrem Alltag als Verkehrsmittel zur Verfügung steht. Nach dem Zusammenschnitt von Lilienthals erstem Menschenflug, auf der Basis von historischen Fotografien sind Szenen von innovativen Fahrzeugstudien zu sehen. Diese wiederholen sich bildlich teilweise auf den großen Textstelen. Alle Filmbeiträge des ersten Screens laufen ohne Ton.

Zwei weitere Bildschirme befinden sich wie beschrieben im Zukunftscockpit. Sie korrespondieren mit je einem gegenüberliegenden Gerät an der Panoramawand. Dem Mediengestalter Joachim Sauter zufolge lassen sich diese Bildschirmmanwendungen in das Format einer interaktiven Installation kategorisieren, die sowohl einen „Eins-zu-eins-Dialog“ ermöglicht als auch den Dialog mit mehreren Besucher*innen.²³³ Dabei folgt die interaktive Installation der Storyline der Gesamtinszenierung und fügt sich forcierend in das Raumbild ein. Inhaltlich richten sich die Medieninhalte an Kinder und Erwachsene. Der „Content“²³⁴ der Kinderstation beschränkt sich auf die Konstruktion eines Zukunftsmobils aus vorgelegtem Zubehör.²³⁵ Eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den an die gegenüberliegende Panoramawand

²³² Vgl. Fischer, Frauke/Schneider, Heinrich: Planet 3.0. Klima. Leben. Zukunft. Frankfurt a.M. 2013, S. 95.

²³³ Sauter, Joachim: Neue Medien in Museen und Ausstellungen. In: Graf, Bernhard/Müller, Astrid B. (Hg.): Sichtweisen. Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen. Wiesbaden 2005, S. 29-34, hier S. 30.

²³⁴ Der Anglizismus stammt aus der Medienwissenschaft und bezeichnet dort den Gesamthalt von den sogenannten Neuen Medien. D. h. es geht nicht nur um Texte, sondern auch um Bild-, Video- oder Audiodaten. Vgl. Gläser, Martin: Medienmanagement. 3. Auflage. München 2014, S. 398f.

²³⁵ Dieses ist unterteilt in „nützliches“ und „spaßiges“ Zubehör, wie zum Beispiel Windkraft und Solarenergie als Antriebe und ein Roboterhund oder eine Game Console für die Reiseunterhaltung.

produzierten bunten Mobilitätsvisionen findet nicht statt. An dieser Medienstation ist auch der erste und einzige Audiobeitrag zu entdecken: Immer wenn ein neues Teil hinzugefügt wird, ertönt ein lauter elektronisch klingender Ton, der im gesamten Ausstellungsbereich deutlich zu hören ist. Ist die mobile Zukunftsvision fertig gebaut, erklingt ein an eine Lobeshymne erinnernder Jingle.²³⁶ Die Erwachsenenstation ist ebenfalls so angelegt, dass der „User Generated Content“²³⁷ nach der Anwendung in die Panoramawand per Bildschirm eingespeist wird. Die Aufgabe an diesem Pult ist es, eine Reise in die Zukunft vorzubereiten, frei nach dem Motto: „Ich packe meinen Koffer und nehme mit...“ Das Display bietet zumeist vier mögliche Antwortvarianten zu den aufeinanderfolgenden Themen Mobilität,²³⁸ Nachhaltigkeit, Urbanisierung, Vernetzung und Individualisierung. Nach jeder Eingabe fasst eine Statistik in Prozentangabe alle vorherigen Besucher*innenantworten zusammen. Zu beobachten war, dass Besucher*innen, die keine Affinität zu der interaktiven Installation hatten, die Nutzer*innen bei ihrer Interaktion beobachteten und somit in die Erlebnis- und Vermittlungsprozesse involviert waren.²³⁹ In der inaktiven Phase werden die Bildschirme von Weltraumansichten bespielt, die in ihren Bildwelten an Science Fiction-Filme erinnern.²⁴⁰

Inszenatorisch folgt die Konstellation der Exponate dieser ersten Zukunftsschau dem „Serendipity-Modell.“²⁴¹ Trotz der Struktur des Panoramagerüsts wirken die Gruppierungen der Dinge unstrukturiert. Durch diese Konfrontation mit dem Überraschenden und Fremden werden „spezifische Regeln der Semiose auf den Plan gerufen“,²⁴² Assoziationsströme werden freigesetzt. Das szenografisch konnotierte Zukunftscockpit in der Mitte scheint das Initial der Inszenierung zu sein

²³⁶ Da der Ausstellungsbereich bei allen Forschungsaufenthalten stark frequentiert war, begann sowohl die Lautstärke als auch die Monotonie des Sounddesigns bereits nach kurzer Zeit zu stören. Die Tonabfolge war so einprägsam, dass ich beim Verfassen der Dichten Beschreibung, oftmals während des Rückbesinnens auf spezifische Ausstellungsinhalte, die Melodie wie beim realen Ausstellungsbesuch zu hören glaubte.

²³⁷ Auch der Begriff des User Generated Content ist mittlerweile im allgemeinen Sprachgebrauch angekommen und meint jegliche Art von medialen Rezipient*innenbeiträgen. Vgl. Bauer, Christian Alexander: User Generated Content. Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte. Berlin/Heidelberg 2011, S. 11.

²³⁸ Der vierzeilige Informationstext zur Mobilität der Zukunft klärt darüber auf, dass „vielerlei Transportsysteme“ für die Fortbewegung zur Verfügung stehen und Sharing-Konzepte „eine bedarfsgerechte Nutzung auf Zeit“ ermöglichen, „die nicht an Besitz gebunden ist.“ Bei allen Zukunftsthemen ist die Dichte an Informationen auf ein ähnliches Maß begrenzt. Eine die jetzige Medienstation ergänzende mediale Vertiefungsebene erscheint aufgrund der themengebunden Komplexität sinnvoll.

²³⁹ Dieses Phänomen wird auch von Joachim Sauter beschrieben. Vgl. Sauter 2005, S. 31.

²⁴⁰ Eben solche Ansichten werden in Filmen wie „Star Wars“, „Star Trek“ oder „Futura“ genutzt.

²⁴¹ Der Begriff stammt von Horace Walpole und meint die „unstrukturierte, epistemische Annäherung an das unvertraut Gegebene.“ Korff 2005, S. 99.

²⁴² Ebd., S. 92.

und initiiert relativ komplexe Ereignisabfolgen mit der Absicht, Handlungen zu erzeugen. Die Botschaft dieser Inszenierung ist für Kinder und Erwachsene die gleiche: Das Reisen der Zukunft hängt von persönlichen Entscheidungen ab.

Exponate II – Akteur*innenwechsel bestimmt das neue Bild

Den gesamten Zukunftsraum betrachtet hat sich das Raumbild nach der Überarbeitung der Ausstellung nicht wesentlich geändert. Alle Ausstellungsmöbel sind unverändert und auch die Textstelen wurden nicht ausgetauscht. Nur zwei Änderungen prägen die überarbeitete Schau: Die neue Fahrzeugstudie und die vollständig ausgetauschten Exponate in der Panoramawand.

Fahrzeugstudie – Die Zukunft des Wohnmobils ist glamourös

Das Fahrzeug ist schnell beschrieben. Es handelt sich um eine schwarz-weiße Wohnmobilstudie der Firma Niesmann+Bischoff,²⁴³ die von außen eher konventionell erscheint, nicht visionär (Abb. 18). Was hieran Zukunft ist, ließ sich für mich als Wohnmobillaiin erst bei einer Führung herausfinden, es half diesbezüglich auch der Imagefilm auf der nebenstehenden Stele nicht weiter. Das Besondere sind nicht smarte Weiterentwicklungen im Sinne von intelligenten Systemen – so wie mich der Fahrzeugname Smove²⁴⁴ („smart“ + „move“) vermuten ließ – sondern es ist der neue Reisefokus, das sogenannte *Glamping*.²⁴⁵ Diese Neuausrichtung ist an ein ebenso neues Kund*innenklientel gebunden: Der ab 78.920 Euro erhältliche Liner soll junge finanzstarke Menschen ansprechen. Das Unternehmen wirbt auf seiner Homepage: „Mit dem Smove lässt sich spielend leicht der urbane Lifestyle miterleben.“²⁴⁶ Zwar versteht sich das Erwin Hymer Museum als kulturhistorische Institution und möchte ausdrücklich nicht als Firmenmuseum der Erwin Hymer AG wahrgenommen werden – Hier im Zukunftsbereich bestimmt jedoch nach dem Hymercar zum zweiten Mal die Rückbesinnung auf firmeneigene Innovationen das Bild. Zumindest der Bereich der

²⁴³ Seit 1996 ist Niesmann+Bischoff ein Tochterunternehmen der ERWIN-HYMER-Group. Vgl.

Niesmann+Bischoff (Hg.): Über 30 Jahre Niesmann+Bischoff. Polch 2016. URL:

<http://www.niesmann-bischoff.com/historie/158/238> (Zugriff: 11.09.2016).

²⁴⁴ Beim Blick auf die Unternehmenshomepage ist flugs entdeckt, dass es sich um den „Smove“ handelt, der erstmals am 3. Juli 2016 vorgestellt wurde und im Handel ab März 2017 lieferbar ist. Vgl.

Niesmann+Bischoff (Hg.): Smove. Die smarte Art zu Reisen. Polch 2016. URL:

<http://www.niesmann-bischoff.com/smove-die-smarte-art-zu-reisen/150/652/8209> (Zugriff: 11.09.2016).

²⁴⁵ In der Camping-Branche ist „Glamping“ der neue Trend. GLAMorous und campPING vereinen sich zu einem Neologismus der glamouröses Campen verspricht, mit viel Komfort und Luxus. Vgl. glampen.de (Hg.): Glampen. Die glamouröse Art zu campen. Krefeld 2016. URL: <http://glampen.de/> (Zugriff: 12.09.2016).

²⁴⁶ Niesmann+Bischoff 2016. (Smove). Das beschriebene Klientel ist auf den Werbebildern genau so wiederzufinden: Ein junges, sehr modisch gekleidetes Pärchen parkt seinen Smove inmitten eines Industriebahnhofs.

Fahrzeugstudien wurde demzufolge als Werbefläche erkannt und genutzt. Mithilfe dieser Zukunft versprechenden Fläche kann die Erwin Hymer AG den Besucher*innen zukünftige Technologieführerschaft vermitteln, was die große Chance beinhaltet, die Besucher*innen von heute als zukünftige Kund*innen emotional zu gewinnen.

Mobilitätsmodelle – Zukunft entwerfen

Mit Blick in Richtung Panoramagerüst lässt sich feststellen, dass sich auch an den Objekt-Kategorien nicht viel geändert hat. Es gibt zwar keine lebenden Organismen mehr, aber Bilder, Mobilitätsmodelle und Bildschirme sind immer noch die zentralen Exponatbegriffe. Neu ist die Untergliederung der Exponatwand in fünf Themenbereiche. „Zukunft entwerfen“, „Autonomes Fahren“, „E-Mobilität“, „Raumkonzepte“ und „Extreme Hotels“²⁴⁷ lauten die Überschriften zu den einzelnen Sektionen, wobei das ursprüngliche Serendipity-Modell aufgegeben wird. Da die Einteilung keiner strengen Rahmung folgt, können Exponate aus benachbarten Ensembles dennoch in Dialog treten. „Zukunft entwerfen“ wird insbesondere durch Strategien der Automobilbranche dargestellt, die sich in zwei *Claymodellen*²⁴⁸ materialisieren (Abb. 19). Das eine Arrangement zeigt werkzeugkofferartig, was für den Entwurf eines Modells nötig ist, nämlich eine gewisse Menge an tonfarbenem Clay, mehrere Spachtel und ein Tuch, um Materialüberschüsse wegzunehmen.²⁴⁹ Das zweite Claymodell leitet in das anschließende Thema „autonomes Fahren“ über und zeigt eine mögliche zukünftige Steuerungseinheit. Gestaltet wurde die perfekt glatte Fläche von Studierenden der Hochschule Reutlingen. Generell ist die Autorenschaft der (Fahrzeug-)modelle stets durch nebenstehende Infotafeln erkennbar. Drei Filmbeiträge auf dem rechten Bildschirm stellen überdies Visionen von autonomem Fahren vor.²⁵⁰ Sie basieren auf starken Bildern, was auch deshalb nötig ist, weil sie ohne Ton laufen (Abb. 20). Inhaltlich geht es, wie die

²⁴⁷ Die Bereiche „Raumkonzepte“ und „Extreme Hotels“ werden hier nicht weiter besprochen, da sie inhaltlich nicht die Mobilität der Zukunft betreffen und den Rahmen an dieser Stelle sprengen würden.

²⁴⁸ Clay ist ein Material, ähnlich einer Knetmasse, das im Modellbau verwendet wird, um unter realen Lichtbedingungen die Proportionen geplanter Fahrzeuge beurteilen zu können. Vgl. Fast Company (Hg.): Why The Car Industry Still Builds Life-Size Clay Models. New York 2012. URL: <https://www.fastcodesign.com/3045316/asides/why-the-car-industry-still-builds-life-size-clay-models> (Zugriff: 12.09.2016).

²⁴⁹ Fälschlicherweise wurde dieses unfertige Modell von den Besucher*innen als Aktant verstanden, der sie vermeintlich dazu aufforderte die Zukunft der Mobilität selbst zu entwerfen. Trotz Fixierung der Utensilien wurden die Werkzeuge abgeschraubt und die Claymasse modelliert. Nach der Reparatur soll nun ein großes „Bitte nicht berühren“-Schild den „Erlebnischarakter“ des Arrangements mindern. Vgl. Gedächtnisprotokoll 09.09.2016, Gespräch mit Susanne Rauss-Dangel, S. 95 im Anhang. Das Beispiel zeigt, dass es für die Besucher*innen schwierig scheint zwischen aktivierenden szenografischen Elementen und epistemischen Inszenierungen zu unterscheiden.

²⁵⁰ Die anderen beiden Bildschirme, die mit dem Zukunftcockpit vernetzt sind, haben keine neuen Inhalte bekommen und zeigen weiterhin Besucher*innenvisionen.

nebenstehende Beschriftung verrät, um autonomes Fahren im Jahr 2040 zum Beispiel in einem „Tesla Vision C“ oder um Car-Sharing im Jahr 2030. Der Bereich E-Mobilität weist im Gegensatz zu den beiden anderen Mobilitätsthemen eine relativ große 3D-Exponatvielfalt auf. Das „Monobike“ macht von rechts nach links gesehen den Anfang. Es ist eine Modellarbeit des Studiengangs Produktdesign an der FH Aachen. Wie der Name andeutet erinnert das Gefährt an ein motorisiertes Einrad (Abb. 21). Laut Exponattext verbindet es „Spaß mit umweltbewusster, motorisierter Fortbewegung.“ In einer hinter dem Modell befindlichen Grafik ist die Anwendung des Monobikes in groben Zügen erläutert.²⁵¹ Der „BMW Ease“ ist das zweite Modell, das auf E-Mobilität basiert. Dieses Mal stellt sich der Studiengang Transportation Interior Design (Hochschule Reutlingen) mit einer aufrechten Fahrzeugstudie vor. Die Konstruktion nutzt eine in diesem Zusammenhang ungewohnte aufrechte Form, die entfernt an einen Segway²⁵² erinnert (Abb. 22). Der nebenstehende Text erklärt: „Die typischen richtungsändernden Sprünge [von Parkourläufer*innen, A.d.V.] und kraftvollen Strukturen wurden abstrahiert und in physikalische Formen umgesetzt.“ Bei der „Exo Drone“ handelt es sich um ein Konzept, das erdähnliche Planeten erforschen könnte. Von besonderem Interesse sind dabei Exoplaneten, die in der habitalen Zone liegen und somit Wasser und potenzielles Leben beinhalten könnten. Die Drohne, die einer Raumstation auf Rädern ähnelt, soll sich sowohl am Boden als auch über kürzere Strecken über dem Boden fortbewegen.²⁵³ Das kleine Modell ist in eine felsige Szene gesetzt, bei der seine insektenartigen Beine in ihrer Funktion besonders gut zur Geltung kommen. Die Neuinterpretation eines historischen Motorrads ist das Kleinstkraftrad „Honda_E_Monkey.“ Das Ziel der seriennahen Studie mit Elektroantrieb ist es, „einen Gegenpol zum bisherigen Status Quo der Elektromobilität zu generieren.“²⁵⁴ Da ihm sein innovativer Antrieb nicht auf Anhieb anzusehen ist, wirkt das Zweirad recht konventionell, wenngleich durch die Farb- und Formsprache sehr modern. Alle vorgestellten Modelle können auch als Zeichen gedeutet werden, welche die gewünschte Eigenschaften der (Elektro-)mobilität von morgen visualisieren: Das Monobike verkörpert dabei den Wunsch nach Spaß, Elektromobilität soll in Zukunft

²⁵¹ Die Idee des Projekts ist, dass sich Menschen durch die Modelle begeistern lassen und selbst beginnen eigene Interpretationen zu bauen. So soll aus Visionen Realität werden. In Kanada und Deutschland fahren bereits erste Prototypen. Vgl. Exponattext Monobike.

²⁵² Der Segway ist ein elektrisch angetriebenes Einpersonen-Transportmittel, das erstmals 2001 präsentiert wurde. Vgl. Segway Inc./KSR Group GmbH (Hg.): Über SEGWAY. Krems 2015. URL: http://www.segway-pt.eu/index.php/about_segway_de_de.html (Zugriff: 12.09.2016).

²⁵³ Vgl. Exponattext Exo Drone.

²⁵⁴ Vgl. Exponattext Honda_E_Monkey.

nicht nur ein Vernunftantrieb sein. Beim BMW Ease geht es um neue Fahrzeugkonzepte, die stehendes Fahren verbunden mit der Sicherheit einer Karosserie fordern. Mit der Exo Drone materialisiert sich das menschliche Interesse an extraterrestrischen Planeten und einer Mobilitätslösung für Fahrzeuge in extrem abwegigem Gelände (Abb. 23). Der Honda_E_Monkey ist bei all den Zukunftsvisionen ein Zeichen für das menschliche Bedürfnis nach Beständigkeit: außen retro, innen innovativ lautet hier die Konstruktionsidee (Abb. 24). Generell fällt auf, dass alle Mobilitätsstudien nur auf eine Person ausgelegt sind – vielleicht ein Zeichen des Individualisierungstrends? Sind Zwei- oder Viersitzerlösungen, die in der Automobilbranche eine zentrale Rolle spielen, im Alltag jedoch vielfach nicht genutzt werden, in Zukunft vielleicht ein veraltetes Konzept?

Den Gesamteindruck der Installation prägen bei dieser Inszenierung besonders die flächigen zweidimensionalen Bilder, sodass die Panoramawand insgesamt nicht mehr so topologisch und dreidimensional wirkt wie am Anfang. In ihrer Gesamtheit fügen sich die Dinge dennoch – wie schon in der ersten Fassung – zu einer vollen, mehrfarbigen, frohen Inszenierungswelt zusammen. Allerdings fällt auf, dass die Farbigkeit der Panoramawand mit dem Akteur*innenwechsel von den Mobilitätslai*innen hin zu den -spezialist*innen einhergehend nicht mehr ganz so bunt daherkommt. Grün und Blau dominieren nicht länger im gleichen Umfang. Der Fokus liegt nun auf Blau und weiteren eher technisch anmutenden Farben wie Grau, Weiß und Schwarz (Abb. 25). Die Inszenierung macht Wahrnehmung auf eine spielerisch leichte Art und Weise möglich und setzt vor allem auf den Moment des Staunens, das wiederum innerliche Beteiligung evoziert.

Inhaltlich besehen erzählen die meisten Exponate, gleich welcher Kategorie, von nachhaltiger Mobilität. Sie sind materialisierte Wünsche der Gegenwart und ob der ungewohnten Konstruktionen lassen sie die Besucher*innen mit einem staunenden Gefühl zurück. Die Vieldeutigkeit der Dinge – und dies betrifft beide Ausstellungseinheiten – spiegelt die Vieldeutigkeit und die Uneindeutigkeit unserer Gegenwart wider. Das durchgängige Evozieren von Befremdung kann im Kontext der Inszenierung sowohl als thematisches als auch als bildliches Gestaltungsmittel gesehen werden. So werden assoziative Ströme von Bedeutungen ermöglicht. Einige Besucher*innen schienen mit anderen Erwartungen gekommen zu sein: Im Gespräch mit Frau Rauss-Dangel, der Leiterin des Besucherservices, erfuhr ich, dass es in Relation gesehen viele negative Rückmeldungen zur ersten Version des Zukunftsbereichs gab. Möglicherweise wird hier der Anspruch an das Museum als

Wissensinstitution sichtbar: Die Museumsbesucher*innen wünschten sich Exponate, die „wirklich“ die Zukunft der Mobilität zeigen; sie erwarteten etwas noch nie Dagewesenes.²⁵⁵

Texte – Mobilitätsträume von gestern und morgen

Drei große Texttafeln dominieren in der Zukunftsausstellung und werfen ihrerseits unterschiedliche Schlaglichter auf das Thema Zukunft. Einleitend erklärt die erste große Stele, dass das Reisen durch Raum und Zeit ein ewiger Menschheitstraum sei, was anhand verschiedener Beispiele, wie dem Film „Zurück in die Zukunft“ oder von Jules Vernes Roman „Von der Erde zum Mond“ plausibilisiert wird (Abb. 26). Das Hauptaugenmerk liegt darauf zu betonen, dass Zukunftsinnovationen vor allem durch Visionen früherer Generationen hergestellt und erst durch den Realisierungswillen und das Know-how von Forscher*innen auf den Weg gebracht werden können. Auch Megatrends haben ihren Anteil daran. Letztendlich werden die Besucher*innen dazu aufgefordert, selbst Antworten zu generieren. Am unteren linken Rand der Texttafel taucht das Mischwesen „R-WIN 4.0“ auf. Halb außerirdisch, halb roboteresk leitet es Kinder an, im Zukunftcockpit ein Wunschmobil zu konstruieren. Sowohl der Name als auch sein Aussehen sind wohl inspiriert vom Astromechdroiden R2-D2 aus den „Star Wars“-Filmen.

Die anderen beiden Zukunftstexte stehen am linken Rand des Cockpits (Abb. 27). Der in der Leserichtung von rechts nach links erste Text bespricht weitere Beispiele von Mobilitätsvisionen aus der Vergangenheit und was aus ihnen bis heute wurde. Unter dem Titel: „Gestern noch ein Traum – heute ganz real?“ versammeln sich Erfindungen wie die Dampflokomotive, die erste Rakete im All oder die erste Mondlandung als erfolgreiche Innovationen, die nie allein kamen, sondern immer von anderen Neuerungen begleitet wurden. Andere Träume wie das fliegende Auto hingegen bleiben weiterhin das, was sie sind – ein Traum. So hat es beispielweise das Propellerfahrrad von Alessandro Anzani um 1906 nie bis zur Serienreife geschafft (Abb. 28). Bis heute kann die Erdanziehungskraft ohne immensen technischen Aufwand nicht überwunden werden. Der zweite Text mit dem Titel „Die Zukunft beginnt jetzt“ beschäftigt sich mit Fragen wie: „Wohin steuern wir heute?“ und: „Wo landen wir morgen?“ Bezüglich der Mobilität der Zukunft erfährt die Besucher*in, dass Fahrzeuge von morgen stark an die Megatrends „Urbanisierung, Nachhaltigkeit, Individualisierung [...] und

²⁵⁵ Vgl. Gedächtnisprotokoll 09.09.2016, S. 95 im Anhang.

Vernetzung“²⁵⁶ gebunden sein werden. Dieser Zusammenhang, so eine These dieser Arbeit, lässt sich auch an der musealen Inszenierung der Zukunft der Mobilität ablesen. Fahrerlose Züge werden außerdem als Vorbild für das Zukunftsziel des autonomen Fahrens genannt, das vor allem von der Automobilindustrie intensiv verfolgt wird. Schon heute sind intelligente Systeme im Fahrzeug in der Lage, selbstständig den Sicherheitsabstand einzuhalten oder das Lenkmanöver beim Parken zu übernehmen. Die digitale Kommunikation „Car-to-X“²⁵⁷ ist derzeit allerdings noch nicht marktreif.²⁵⁸ Sie soll helfen, Unfälle und Staus zu vermeiden.

Alle drei Texte sind umrahmt von Zukunftsbildern, die größtenteils zeigen, wie in entfernter Vergangenheit über Heute nachgedacht wurde. Nur der Text: „Die Zukunft beginnt jetzt“ ist mit aktuellen Zukunftsvisionen wie energieliefernden Wohntürmen mit direktem Bahnanschluss, schwimmenden Städten oder unterwasserliegenden Hotelressorts versehen. Ohne englische Übersetzungen richten sich alle Texte an ein deutschsprachiges Publikum.

4.2 Das Mercedes-Benz Museum

In einem Land wie Deutschland, das weltweit führender Automobilexporteur ist,²⁵⁹ gestaltet sich die einschlägige Museumslandschaft dementsprechend vielfältig. Zahlreiche große Automobilhersteller und -zulieferer haben in den letzten Jahrzehnten eigene Unternehmensmuseen errichtet.²⁶⁰ So auch die Daimler AG. Mit dem Bau des Mercedes-Benz Museums, das 2006 seine Einweihung feierte,²⁶¹ trug das Unternehmen dazu bei Stuttgart um eine neue Landmarke zu ergänzen. Von den nahegelegenen Bundesstraßen B10 und B14 lässt sich der über neun

²⁵⁶ Ausstellungstext „Die Zukunft beginnt jetzt.“

²⁵⁷ „Die Car-to-X-Kommunikation ermöglicht die Übermittlung von Informationen aus den Fahrzeugen in die Verkehrszentrale und umgekehrt und führt so zu einer verbesserten Kenntnis der Verkehrslage und zu einer schnelleren Erkennung verkehrsrelevanter Ereignisse.“ Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS (Hg.): Car-to-X-Kommunikation. Versuchswerkzeuge von Fraunhofer FOKUS beweisen Praxistauglichkeit im bisher größten Feldversuch. Berlin 2013. URL: <https://www.fokus.fraunhofer.de/0e57888e7e36789d> (Zugriff: 10.09.2016).

²⁵⁸ Nach eigenen Angaben präsentiert die Daimler AG als erster Automobilhersteller der Welt noch in diesem Jahr die Car-to-X Kommunikation in Serienfahrzeugen. Vgl. Daimler AG (Hg.): Car-To-X Kommunikation. Nicht länger Science Fiction. Stuttgart 2016. URL: http://www.mercedes-benz.de/content/germany/mpc/mpc_germany_website/de/home_mpc/passengercars/home/world/innovation/news/car_to_x.html (Zugriff: 11.09.2016).

²⁵⁹ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hg.): Strukturelle Entwicklungen. 2014. Berlin 2015. URL: <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Industrie/Industrienation-Deutschland/strukturelle-entwicklungen.html> (Zugriff: 03.06.2016); Heupel, Thomas: Internationales Wertschöpfungsmanagement in der Automobilindustrie. In: Keuper, Frank/Schunk, Henrik A. (Hg.): Internationalisierung deutscher Unternehmen. Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand. Wiesbaden 2009, S. 309; Kaiser, Stefanie: Eventmarketing in der deutschen Automobilindustrie. Bedeutung, Integration und Beispiele des Erfolgsfaktors Erlebnismarketing. Hamburg 2014, S. 24.

²⁶⁰ Vgl. Reinhard/Teufel 2008, S. 18.

²⁶¹ Vgl. Pein, Max-Gerrit von/Wirth, Thomas: Mercedes-Benz Museum. Konstanz 2011, S.17.

Ebenen angelegte Bau schon von Weitem erkennen. Durch seine Glas-Stahl-Schichtbauweise wird ihm ein hoher Wiedererkennungswert zuteil. Wer nicht mit dem Auto anreist, muss sich, egal ob mit der S-Bahn oder dem Fahrrad, zunächst durch ein Industrieareal manövrieren, das den Leuchtturmcharakter des Museums fast völlig aufhebt. Das Untertürkheimer Werk und die vielen Parkhäuser scheinen den Architekturriesen zu verschlucken. Auf dem Platz vor dem Museum angelangt, ist der aufstrebende Charakter der Architektur wieder spürbar, was durch die Platzierung auf einem künstlich aufgeschütteten Hügel unterstützt wird (Abb. 29). Trotz seines zehnjährigen Bestehens wirkt der Komplex von außen immer noch sehr modern, was er dem überwiegenden Einsatz von Stahl und Glas zu verdanken hat.

Innen angekommen, empfängt die Besucher*innen ein kathedralenartiges Atrium, mit einer Deckenhöhe von 34 Metern.²⁶² Über einen Verbindungsgang lassen sich Restaurant, Museumsshop und das Kundencenter erreichen. Museales Traditionsmarketing und angrenzende Verkaufsfläche liegen nicht zufällig so eng beieinander. In den Ausstellungsräumen zeigt das Markenmuseum nicht nur die eigene Firmen- und Technikgeschichte, sondern kann mittels der ersten Erfindungen die Geschichte des Automobils von Anbeginn erzählen – das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens in der Automobilbranche. Von den automobilen Anfängen bis in die Gegenwart können die Besucher*innen entlang einer Zeitachse einem zweigliedrigen Rundgang folgen und darüber hinaus einen Blick in die Zukunft werfen.²⁶³ Im Museum, wo das Auto seinem alltäglichen Lebensraum entzogen ist, scheint es als Symbolträger fernab seines Gebrauchswertes viele Facetten seiner Faszination zu offenbaren. Genügend Platz dazu bieten die 16.500 Quadratmeter Ausstellungsfläche.²⁶⁴ Seltsamerweise sind die 10.500 Quadratmeter mehr Fläche verglichen mit dem Erwin Hymer Museum nur sehr geringfügig spürbar.²⁶⁵

4.2.1 Zum Ausstellungskonzept – Zeitreise einer Marke

Im Gegensatz zum Erwin Hymer Museum ist das Mercedes-Benz Museum in der

²⁶² Daimler AG (Hg.): Atrium. Events veranstalten. Stuttgart 2016. URL: <https://www.mercedes-benz.com/de/mercedes-benz/classic/museum/events-veranstalten-atrrium/>. (Zugriff: 18.09.2016).

²⁶³ Vgl. Pein 2011, S. 27.

²⁶⁴ Vgl. ebd., S. 38.

²⁶⁵ Die ungleiche räumliche Wahrnehmung könnte auf die offene hallenartige Raumgestaltung des Erwin Hymer Museums zurückzuführen sein, die die Größe des Museumsraums verstärkt. Im Gegensatz dazu führt die verschränkte Bauweise im Mercedes-Benz Museum dazu, dass sich viele kleinere Räume ergeben, die sich im Ganzen nicht überblicken lassen.

Literatur bereits mehrfach ausführlich und kenntnisreich beschrieben worden,²⁶⁶ sodass an dieser Stelle nur ein stark komprimierter Überblick gegeben zu werden braucht. Über eine stufenlose Rampe lässt sich, gleich einer Schraube, ein chronologischer Rundgang von oben nach unten durch die sogenannten Mythos-Räume unternehmen. Die Automobilgeschichte wird dabei in sieben Epochen einer 130-jährigen Produkt- und Markengeschichte unterteilt. Ziel dieser Räume ist es, durch szenografische Raumbilder die jeweilige Epoche zum „Leben zu erwecken“ und in dessen Atmosphäre die Marke Mercedes Benz durch zentral liegende Highlightexponate als Star der entsprechenden Zeit zu inszenieren – sie mit mythischer Bedeutung aufzuladen, um so die Marke erlebbar zu machen. Die „Zeitreise“ funktioniert neben audiovisuellen Kompositionen über eine szenografisch abstrakte Formsprache und zeitgenössische Materialien. Durch die narrativ angelegte Audioguideführung²⁶⁷ wird das Zeitreise-Erlebnis verstärkt.

Eine zweite diametrale Spirale führt über schmale Treppen an der Gebäudeaußenseite, durch die fünf lichtdurchfluteten Collections-Räume, abwärts. Insgesamt sehr clean und übersichtlich gehalten, zielen diese fast schon sachlich wirkenden Flächen darauf ab, themenbasiert die Fahrzeugsammlung des Unternehmens ähnlich einem Schaudapot vorzustellen. Vornehmlich Nutzfahrzeuge prägen hier das exponatreiche Bild. Auf den ersten Blick scheinen sie dem Mythos weniger zuträglich, da sie in keinem der Mythosräume vertreten sind. Ganzheitlich betrachtet beeinflussen sie freilich den Markenmythos auf einer anderen Ebene, nämlich aus der Sicht der Technik und des Alltags. Querverbindungen zwischen der Doppelhelix erlauben den Besucher*innen einen ständigen Wechsel zwischen der Wegführung.

4.2.2 Inszenierung zukünftiger Mobilität mit Produkten der Gegenwart

„Die Zukunft kommt ins Mercedes-Benz Museum“,²⁶⁸ so titelte das Onlinemagazin „Mercedes-Fans“ 2011 zur Neugestaltung des Mythosraums sechs. Fünf Jahre

²⁶⁶ Vgl. Greci, Linda: Museale Markenpräsentation. Vergleichende Museumsanalyse der Automobilmuseen Mercedes-Benz und Porsche. Tübingen 2012, S. 40-62; Pein 2011, S. 40-74; HG Merz/Wais, Patrick: Ausstellungen konzipieren und gestalten. In: Herbrand, Nicolai O. (Hg.): Schauplätze dreidimensionaler Markeninszenierung. Innovative Strategien und Erfolgsmodelle erlebnisorientierter Begegnungskommunikation. 1. Auflage. Stuttgart 2008, S. 235-262; Thiemeyer, Thomas: Exhibition Design. In: UNStudio/HG Merz (Hg.): Buy Me a Mercedes-Benz. Das Buch zum Museum. Barcelona 2006, S. 294-571.

²⁶⁷ Das in acht Sprachen verfügbare Gerät ist im Ticketpreis enthalten und wird jeder Besucher*in zu Beginn des Museumsbesuchs ausgehändigt.

²⁶⁸ E-Mags Media GmbH (Hg.): Die Zukunft kommt ins Mercedes-Benz Museum. Neu gestalteter Ausstellungsraum in 2011. Essen 2011. URL: <http://www.mercedes-fans.de/magazin/news/die-zukunft-kommt-ins-mercedes-benz-museum-neu-gestalteter-ausstellungsraum-in-2011.1631> (Zugriff: 17.09.2016).

nach der Museumseröffnung bleibt sie bis dato²⁶⁹ die einzige Komplettüberholung dieses Ausstellungsbereichs. Der damit einhergehende Namenswechsel kündigt von der inhaltlichen Neuausrichtung: Aus dem Mythosraum „Weltbewegend. Global und individuell, 1982 bis heute“ wurde „Aufbruch. Der Weg zur emissionsfreien Mobilität.“ Das Thema Globalisierung trat infolgedessen vor der Mobilität der Zukunft zurück.

Ein weiterer thematischer Anklang zur Zukunft der Mobilität ließe sich laut Katalog in der eigenständigen Ausstellung „Faszination Technik“ finden. Im Erdgeschoss des Gebäudes, könnten sich die Besucher*innen außerhalb der kostenpflichtigen Dauerausstellung, Exponate zum Arbeitsalltag von zukunftsgestaltenden Bereichen wie Forschung, Design und Entwicklung ansehen und erhielten dadurch „einen Ausblick in die Zukunft des Automobils.“²⁷⁰ Da sich diese optimistische Ankündigung auf der Exponatebene jedoch nicht wiederfinden ließ, da lediglich der Istzustand dokumentiert wurde, wird dieser Bereich in dieser Arbeit nicht weiter besprochen.

Raumbilder – Konstitution und Konstruktion von Technologieführerschaft

Um das sechsteilige Raumbild des Zukunftsbereichs komplett erfassen zu können, ist zunächst der Abstieg, vom vorigen Mythosraum fünf nötig. Entlang einer Chronik, die mit 27 beleuchteten Schaukästen sowohl Zeit- als auch Unternehmensgeschichte illustriert, gelangt die Besucher*in ins Zentrum des Mythosraums (Abb. 30). Die meisten der Kästen sind auf dem Frontglas mit einem ikonenhaften Foto bedruckt.²⁷¹ In besagtem Abschnitt beginnt die Erzählung im Jahr 1982 mit dem Blockbuster ET. Über die Entdeckung des Aids-Virus, Fortschritte in der Elektrotechnik, das Waldsterben, den Mauerfall und die Einführung des Internets – um einige Beispiele zu nennen – erreicht die Besucher*in den letzten Schaukasten. Er heißt „Zukunft der Mobilität“ und zeigt das eigene Spiegelbild vor der musealen Zukunfts-Inszenierung via eingebauter Kamera, auf einem Screen. Visuell wird hier das „Eigene“ ins „Fremde“ übersetzt. Die Zukunft der Mobilität wird in einem konkreten Bewegtbild festgehalten (Abb. 31). Nach Korff, der sich dabei auf Hans Lipp bezieht, kann diese Auftaktstation als „responsive

²⁶⁹ Dem Intervall folgend müsste 2016 – passend zum groß gefeierten zehnjährigen Geburtstag des Museums – eine weitere Überarbeitung folgen. Bis zum Ende der Feldforschung zeigten sich jedoch keine Neuerungen. Der letzte Besuch des Mercedes-Benz Museums fand am 21.09.2016. statt.

²⁷⁰ Pein 2011, S. 72.

²⁷¹ Vgl. Thiemeyer 2006, S. 313.

Wahrnehmungskonstellation“²⁷² aufgefasst werden: Durch Anschauen „blickt das Ding zurück.“²⁷³

Ein geringer Teil der Schaukästen dient als Vitrine, die, ausgestattet mit kleinteiligen Exponaten, ein zentrales Thema in direkten Bezug zur Zeitgeschichte setzt. Für die 1980er-Jahre dienen Geschäftsberichte der damaligen Daimler-Benz AG und ihrer Tochterunternehmen als Belegexemplare für die Entwicklung vom reinen Automobilhersteller hin zum „integrierten Technologiekonzern.“²⁷⁴ Durch die neue Organisationsstruktur verringerte sich die Abhängigkeit vom Autoverkauf. Die visionäre Neuausrichtung scheint den Auswirkungen des heutigen Marktmodells einer Sharing Economy vorzugreifen: Eine Gesellschaft, die in Zukunft mehr auf Nutzung denn auf Besitz ausgerichtet ist, braucht nicht mehr zwingend ein eigenes Fahrzeug. Dieser Trend soll sich laut entsprechenden Prognosen²⁷⁵ in den nächsten Jahren noch verstärken. Ein anderes Exponatarrangement steht stellvertretend für einen weiteren elementaren Gesellschaftstrend: die Individualisierung. Sie gewann in den 1990er-Jahren immer mehr an Bedeutung und führte im Automobilbau zu einer sogenannten „Produktoffensive.“²⁷⁶ Die unterschiedlichen Ansprüche materialisieren sich in der Vitrine durch eine Vielzahl an silbrig-glänzenden Produktplaketten in Form von ein- bis dreiteiligen Buchstabenkombinationen (Abb. 32).

An der Basis der Plattform angekommen bleibt der Blick zunächst am zweiten Element des Raumbildes, dem weißen Raumtext an der betongrauen Kernwand, hängen. Hier wird durch den monumentalen Titel „Aufbruch“ das zentrale Raumthema aufgegriffen und durch die wesentlich kleinere Überschrift des darunterliegenden Textes: „Der Weg zur emissionsfreien Mobilität“ konkretisiert (Abb. 33). Zu lesen sind die Informationen auf Deutsch und Englisch, was den Rückschluss auf ein internationales Zielpublikum erlaubt.²⁷⁷ Die dunkelgraue Jahreszahl „1982“, die hinter die Überschrift gesetzt ist, gibt den Beginn des „Aufbruchs“ an. Im Unterschied zu den anderen Mythosräumen wird an dieser Stelle

²⁷² Korff 2005, S. 99.

²⁷³ Ebd.

²⁷⁴ Exponattext zum Schaukasten Nr. 3.

²⁷⁵ Dazu schrieb 2009 bereits Stadtplaner Albert Speer, dass „Mobilität ohne das Eigentum am Auto schneller kommen [wird, A.d.V.], als wir uns das heute vorstellen.“ Aus heutiger Sicht bestätigen sich diese Prognosen mit 1.260.000 CarSharing-Teilnehmer*innen in Deutschland, die Anfang 2016 gezählt wurden. Speer, Albert: The Post-Oil City – Die Zukunft der Stadt. In: Reiner mann, Heinrich (Hg.): Mobilität mit Intelligenz. Strategien für die Bewältigung der logistischen Herausforderungen der Zukunft. Baden-Baden 2011, S. 24-39, hier S. 34; Bundesverband CarSharing e. V. (Hg.): Aktuelle Zahlen und Daten zum CarSharing in Deutschland. Berlin 2016. URL: <http://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/carsharing-zahlen> (Zugriff: 02.10.2016).

²⁷⁶ Exponattext zum Schaukasten Nr. 14.

²⁷⁷ Bei den Forschungsaufenthalten und einigen vorherigen Besuchen konnte dies bestätigt werden.

keine zweite eingrenzende Zahl angegeben. Ohne Zeitspanne bleibt die Epoche offen und nach vorn zeitlos.²⁷⁸

In der Raummitte erheben sich auf asphalt-schwarzem Boden neben einer eiförmigen Sitzgruppe fünf schwarze Hochglanzpodeste, die sich vom Boden durch eine weiße LED-Leiste am unteren Rand abheben. Dadurch erwecken sie den Eindruck, als würden sie schweben (Abb. 34). Auf jeder der displayartigen Bühnen ist ein mythosbildendes Mercedes-Benz-Fahrzeug in Szene gesetzt. Das glänzende Material der Sockel in Kombination mit den abgerundeten Ecken der rechteckigen Grundform ähnelt den Gestaltungslinien der Produkte aus dem Hause Apple. Der unterschwellige Bezug zu einem markenfremden, aber überaus erfolgreichen Image des namhaften Technologiekonzerns erschien den Gestalter*innen wohl lohnenswert. Die heterogene Formensprache der Fahrzeugdesigns, von sportlich bis funktional, lockert das Raumbild optisch auf und verweist inhaltlich, wie bereits in der illustrierten Chronik angedeutet, auf den gesellschaftlichen Megatrend Individualisierung. Barthes bestätigt dies, da wir es bei Automobilen mit „arbiträren Zeichen“²⁷⁹ zu tun haben, deren „Sprache“²⁸⁰ von einer „Entscheidungsgruppe“,²⁸¹ in diesem Fall Mercedes-Benz, erarbeitet wurde. Die Benutzer*innen können sich deshalb aber nicht gänzlich aus der Verantwortung für die (aktuellen) automobilen Zeichen entziehen, da sie auf diese vofabrizierte Sprache (Logotechnik) durch die Gebrauchsebene einwirken können. Zwar benötigt dies eine gewisse Zeit, aber durch Gebrauchspraktiken können sich (automobile) Formen aktualisieren.²⁸² Die inszenierten Fahrzeuge sind somit nicht nur Zeichen des Unternehmens oder „unterrichten [...] über den gesellschaftlichen Status seines Besitzers“,²⁸³ sondern bilden daneben unser Gebrauchsverhalten – nämlich die Individualisierung – ab.

Im Hintergrund dieser Szene prägt als viertes Bildelement eine weiß erleuchtete Wand die Inszenierung. Ähnlich dem Panoramagerüst aus der ersten Analyse steigt sie von rechts nach links dynamisch auf (Abb. 35). Der rechte Wandbereich ist mit einer bildschirmlastigen zweiten Zeitleiste bestückt. In Ergänzung zur Museumschronik legt sie ihren Schwerpunkt auf die Innovationen der Antriebstechnologie. Den Beginn macht 1883 die Erfindung des „Daimler Versuchsmotors“, weitere Novitäten wie die Brennstoffzelle oder der Hybridantrieb

²⁷⁸ Inhaltlich wird der Raumtext im nachfolgenden Abschnitt über die Ausstellungstexte besprochen.

²⁷⁹ Die Entstehung oder Beschaffenheit arbiträrer Zeichen ist an eine bestimmte menschliche Entscheidung geknüpft. Barthes, Roland: Elemente der Semiologie. Frankfurt a.M. 1979, S. 27.

²⁸⁰ Diese Sprache der Automobile besteht aus der „Gesamtheit von Formen und ‚Details‘.“ Ebd., S. 25.

²⁸¹ Ebd., S. 23.

²⁸² Vgl. ebd., S. 25.

²⁸³ Barthes 1988, S. 165.

erweitern den Zeitstrahl, der aktuell bis ins Jahr 2010 reicht.²⁸⁴ Die darauffolgende freie Fläche zeigt an, dass die Erzählung noch nicht abgeschlossen ist, sondern weitere Fortschritte erwartet werden. Links, neben der Freifläche, breitet sich eine Epitome aus mobilitätsprägenden Begriffen aus. Die Wortwolke wird durch zahlreiche Bildschirme und erklärende orangefarbige Grafiken bebildert. Im Begriffszentrum steht nicht, wie die Überschrift des Raumtextes vermuten lässt, „emissionsfreie Mobilität“, sondern „Mobilität für alle“: Der Gedanke der Nachhaltigkeit wird hier einem generalisierenden Mobilitätsanspruch untergeordnet. Nachhaltige Mobilitätslösungen mit neuen Antrieben machen nur den linken Teil der Grafik aus. Rechts finden Themen wie „Gesellschaft“, „Globale Modernisierung“, „Neues Umweltbewusstsein“ und „Digitales Leben“ Platz. Das gezeichnete Bild ist höchst komplex und besteht aus vielen kleinteiligen, teilweise wechselwirkenden Komponenten (Abb. 36). Im Raumeindruck vermittelt die Rückwand der Szene durch die kleinteilige Gestaltungsstrategie die Vielschichtigkeit der Thematik. Vor diesem fast schon wirren und flimmernden Hintergrund scheinen die angebotenen Fahrzeug-Lösungen an Klarheit zu gewinnen.

Die sogenannte „Werkbank“ liegt auf der gegenüberliegenden Seite der weißen Grafikwand. Das massive Tischmöbel geht aufgrund der Farbigkeit eine optische Verbindung mit ihr ein. Gleich einem Präsentierteller werden auf elf Metern verschiedene Vertiefungsstationen angeboten, die in jedem Mythosraum aus einem Hands-On-Exponat, mehreren Großexponaten, vier Bildschirmplätzen und einer kleinen Filmstation bestehen (Abb. 37).²⁸⁵ Eine parallel zur Werkbank verlaufende Beleuchtungskonstruktion in circa dreieinhalb Metern Höhe highlightet die Exponate mit einzelnen Spots. Die Beschriftung „Herausforderung und Lösung“ vermittelt einmal mehr den Kompetenzanspruch des Unternehmens, das scheinbar auf jede Schwierigkeit mit einer Lösungsstrategie zu antworten weiß. Das Raumbild wird an dieser Stelle besonders durch Großexponate wie Motor und Getriebe auf dem ansonsten flachen Tisch dynamisiert. Daneben dient dieses Element in seiner Funktion neben der inhaltlichen Vertiefung, räumlich überwiegend einer Abgrenzung zum offenen Blick in das dahinterliegende Atrium.

Der Deckenhimmel ist von unzähligen einzelnen LED-Leuchten bedeckt (Abb.

²⁸⁴ Da seit 2010 nun fast schon sechs Jahre vergangen sind und die Werkbank (s. u.) mit neueren technischen Innovationen aus den Folgejahren aufwartet, wirkt die Innovationschronik etwas veraltet. Weil sie es nicht schafft mit der Gegenwart Schritt zu halten, scheint sie als zukunftsstiftendes Element entbehrlich, nicht jedoch in ihrer Funktion als allgemeiner Innovationsindikator der Marke Mercedes-Benz.

²⁸⁵ Vgl. Thiemeyer 2006, S. 316.

38). Sie wechseln ihre Farbe im gemächlichen Rhythmus der Sound-Installation.²⁸⁶ Das Farbspektrum reicht von technisch wirkenden Blau- und Grüntönen bis hin zu warmen Rottönen. Analytisch können die runden Punktleuchten auf zwei Lesarten gedeutet werden: Das Aufblinken und die schiere Masse der Lichtquellen erinnert an einen nächtlichen Sternenhimmel. Das Motiv des Weltalls tauchte bereits im Erwin Hymer Museum auf und kann hier ebenfalls als Anklang an die Bildwelten des Science-Fiction Genres gelesen werden. Die strenge symmetrische Anordnung lässt aber auch an eine Versuchssituation in einem innovationsgenerierenden Labor denken. Generell thematisiert die energiesparende LED-Beleuchtung die neusten Entwicklungen auf dem Leuchtmittelmarkt: Auch hier hat der Megatrend Nachhaltigkeit, durch Lichttechnik mit niedrigem Energieverbrauch und langer Haltbarkeit, Einzug erhalten – Innovation wird hier durch Innovation inszeniert.

Insgesamt sind alle gestaltenden Mittel darauf ausgelegt, die jetzige und zukünftige Technologieführerschaft zu visualisieren. Nach fünf Ebenen der Tradition, die versuchen, die Besucher*innen emotional mit der Marke Mercedes-Benz zu verbinden, baut das Raumbild der Zukunft darauf, beeindruckend klare, wenngleich komplexe Lösungen für die Gegenwart und die Zukunft anzubieten. Physischer und symbolischer Raum bilden ein gleichgewichtiges Ensemble, das Aufmerksamkeit erzeugt. An dieser Stelle bietet sich durch die Exponatvielfalt im Rahmen eines Unternehmensmuseums noch stärker als im kulturhistorischen Erwin Hymer Museum die Gelegenheit, den Zukunftsbereich durch aufwändige Inszenierung zu nutzen, um die Museumsbesucher*innen von heute als Käufer*innen von morgen zu gewinnen und jetzige Kund*innen zu binden.

Exponate – State of the Art oder echte Zukunftsmusik?

*Fahrzeuge – on the „Road to Emission-Free Mobility“?*²⁸⁷

Das im Ausstellungskatalog formulierte Ziel, „die Aspekte Emissionsfreiheit, Ressourcenschonung und Umweltbewusstsein mit dem Erlebnis des gewohnten Fahrvergnügens in einem Fahrzeug zu vereinen“,²⁸⁸ findet sich in der Produktpräsentation wieder, die auf bekannte Fahrzeugdesigns in fünf Variationen

²⁸⁶ Eine circa fünf-minütige Klangkomposition verbindet Klavierklänge mit Naturgeräuschen wie Spechtgehämmer und anderen Waldgeräuschen. Immer wieder mischen sich technisch wirkende Geräusche in den Natursound. Auf auditiver Ebene verbinden sich Mensch und Technik. Interpretatorisch kann dieser sinnliche Bezug zum Anthropozän auf die Zukunft der Mobilität übertragen werden: Mensch und Technik werden eins.

²⁸⁷ Dieser Claim wurde von der Daimler AG erstmals für die IAA 2007 genutzt und wird seitdem unter dem Motto: „Road to the Future“ weitergeführt. Vgl. Daimler AG (Hg.): On the Road to Emission-free Mobility. Stuttgart 2009. URL: <http://media.daimler.com/marsMediaSite/de/instance/ko/On-the-Road-to-emission-free-Mobility-Mercedes-Benz-Motor-fu.xhtml?oid=9919368> (Zugriff: 20.09.2016).

²⁸⁸ Lengert, Axel/Dreher, Albert M.: Mercedes-Benz Museum. Mythos & Collection. Stuttgart 2010, S. 100.

setzt. Die Inszenierung ist zweireihig angelegt, wobei die vordere Reihe augenscheinlich mit den neusten Automobilen besetzt ist. Was an ihnen Zukunft ist, weisen große aufgedruckte Beschriftungen an den Fahrzeugseiten aus. Durch Aufschriften wie „F-Cell“, „Electric Drive“, „Plug-in-Hybrid“ oder „Brennstoffzelle“ wird das Zukünftige für Mobilitätslai*innen gewiss nicht verständlich, allerdings geben die Bezeichnungen erste Hinweise auf innovative Antriebsformen (Abb. 39). Die Fahrzeugaufdrucke sind im Vergleich zum Rest der Dauerausstellung eine neue Zeigestrategie. Alle vorherigen Fahrzeuge verzichteten auf jegliche Beschriftung der Karosserie, freilich mit Ausnahme der Typen- und Nummernschilder. Da sich die Fahrzeughülle stark an dem orientiert, was die Gegenwart schon seit einigen Jahren bietet, wird es hier scheinbar notwendig, die Innovation durch Schrift sichtbar zu machen.²⁸⁹ Neben der neuen E-Klasse T-Modell, einem sportlichen SLS AMG Coupé, einer neongrünen B-Klasse und einem Kleintransporter, scheint ein Fahrzeug nicht ins Bild zu passen: Das „Auto 2000“ wirkt im Zusammenspiel mit der räumlichen Gestaltung wie aus der Zeit gefallen (Abb. 40). Relativ weit abseits in der hinteren Reihe stehend dürfte es streng genommen gar nicht im Mythosraum exponiert sein, da die zugehörigen Exponatdaten es als Forschungsfahrzeug aus dem Jahr 1981 aus weisen. Was das Auto 2000 auf semiotischer Ebene demonstrieren soll ist, dass die Marke Mercedes-Benz schon sehr früh das Thema Verbrauchsreduktion bedacht hat – In einer Zeit, in der hohe Kraftstoffzahlen kaum hinterfragt wurden.²⁹⁰ Konkret wird der Verbrauch durch eine weiterentwickelte aerodynamische Karosserie in Kombination mit drei damals neuartigen Antriebskonzepten verringert.²⁹¹ Im Gegensatz zum Erwin Hymer Museum ist die Sichtbarkeit der personalen Exponat-Urheberschaft gänzlich aufgehoben, alles verschmilzt zu einem Konglomerat – zur Marke Mercedes-Benz. Durch den Wegfall vieler Beschriftungen kann allerdings ein ästhetischer Gewinn vermerkt werden.

Technikexponate – Die Zukunft der Mobilität wird kompliziert

Dienten die aufgedruckten Antriebstechnologien in der Raummitte nur als Teaser und erste Orientierung, erklären auf der Werkbank sechs Technikexponate, was

²⁸⁹ Vorstellbar wäre sicher auch eine andere Präsentationsweise, die entweder ganz auf eine Hülle verzichtet oder zukunftssträchtige Technik in einer Art gläsernem Chassis in epistemischer Ordnung inszeniert. Eine solche Inszenierung hätte den Vorteil, dass die Antriebe aus dem Verborgenen geholt würden, jedoch an ihrer spezifischen Position im Fahrzeug verbleiben könnten und so ihr Gesamtzusammenhang nachvollziehbarer wäre.

²⁹⁰ Auto Bild (Hg.): Deutsche Autos der 80er Jahre. Hamburg 2013. URL: <http://www.autobild.de/klassik/bilder/youngtimer-galerie-deutsche-autos-der-80er-jahre-1862245.html#bild1> (Zugriff:20.09.2016).

²⁹¹ Erprobt wurde mit einem V8-Benzinmotor mit Zylinderabschaltung, dem V6-Turbodieselmotor und einem Gasturbinenantrieb. Vgl. Exponattext zum Auto 2000.

die vielschichtigen Antriebslösungen beabsichtigen. Damit gibt die Werkbank dem Kosmos rund um die neuen Antriebstechnologien Struktur. Eine Struktur, in Anlehnung an die „Sedimentationen lokaler Arbeitsprozesse“ in der Automobilherstellung, die die Exponate, so Korff, durch den „Erkenntnis produzierenden Arbeitszusammenhang“²⁹² unterstützt. Durch die Korrespondenz der Originalteile lädt die Inszenierung „im Sehen und Gehen“²⁹³ zum Entdecken ein und führt Dinge und Betrachter*innen zusammen. Der Struktur topologisch folgend, fällt zunächst der massige Motor ins Auge, der den höchsten Punkt der Inszenierung ausmacht (Abb. 41). Laut Einleitungstext der Werkbank vermittelt er einen der drei Schwerpunkte der Zukunftsstrategie von Mercedes-Benz. Diese sieht unter anderem vor, Verbrennungsmotoren mit modernster Technik zu optimieren. Der Text zum Motor „OM 654“ scheint dies zu bestätigen: „Vorbildliche Effizienz- und Emissionswerte machen den Premium-Diesel zukunftssicher [...]“. Das „wirklich Spannende“, nämlich das was den eigentlich „bösen“ Dieselmotor²⁹⁴ zu einem „guten“ macht, bleibt offen. Obwohl die emissionssparenden Optimierungen nicht der Geheimhaltung unterliegen, sondern im Internet frei zugänglich sind,²⁹⁵ bleiben sie im Museum ungenannt und damit rätselhaft – auch wenn die Abgas-Messergebnisse nicht nur auf unrealistischen Rollenprüfstandsverfahren basieren, die von Kritiker*innen seit Längerem bemängelt werden, sondern bereits freiwillig mit dem neuen RDE-Prüfverfahren²⁹⁶ getestet wurden.²⁹⁷ Die unscharfen und oberflächlichen Exponatinformationen lassen vermuten, dass an dieser Stelle von den Besucher*innen kein Bezug zum

²⁹² Heesen, Anke te/Lutz, Petra: Einleitung der Herausgeberinnen. In: Dies. (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 11-24, hier S. 16.

²⁹³ Korff 2005, S. 96.

²⁹⁴ Die Wertung bezieht sich auf Verbrennungsmotoren aus Sicht einer nachhaltigen Mobilität. Gerade der Dieselmotor genießt aufgrund des VW-Skandals, der sich Ende des Jahres 2015 zuspitzte, keinen guten Ruf.

²⁹⁵ Der Dieselmotor OM 654 ist im Vergleich zu seinem Vorgänger OM 651 um 17 % leichter und kompakter gebaut, wodurch weniger Betriebsenergie notwendig ist und Emissionen gespart werden. Die großen Innovationen des OM 654 sind die gewichtsreduzierende Voll-Aluminiumbauweise sowie das motornahe Abgasnachbehandlungsverfahren, wodurch ein geringerer Wärmeverlust resultiert. Beides ist am Exponat sichtbar. Vgl. Daimler AG (Hg.): Die Zukunft des Dieselmotors. Sparsamer und stärker, leichter und kompakter. Stuttgart 2016. URL: <https://www.daimler.com/innovation/neuer-diesel-motor.html> (Zugriff: 04.10.2016).

²⁹⁶ Das RDE-Verfahren (Real Driving Emissions) wurde von der Europäischen Union im Mai 2015 nach der immer lauter werdenden Kritik über unrealistische Abgastests neu eingeführt. Ab September 2017 muss es von den europäischen Herstellern genutzt werden. Vgl. Europäische Kommission (Hg.): Kommission begrüßt Vereinbarung der Mitgliedstaaten für belastbare Prüfungen der Luftschadstoffemissionen von Fahrzeugen. Brüssel 2015. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5945_de.htm (Zugriff: 21.09.2016).

²⁹⁷ Volk, Frank: Mercedes stellt alle Diesel-Pkw auf neueste Motorengeneration um. In: Automobil Produktion, 27.05.2016. URL: <https://www.automobil-produktion.de/technik-produktion/fahrzeugtechnik/mercedes-stellt-alle-diesel-pkw-auf-neueste-motorengeneration-um-103.html> (Zugriff: 01.10.2016).

sogenannten Dieselgate²⁹⁸ hergestellt werden soll.

„Maßgeschneiderte Hybridisierung“²⁹⁹ ist der zweite Strategieschwerpunkt auf dem Weg zur emissionsfreien Mobilität von Mercedes-Benz. Die Inszenierung nimmt den Begriff wörtlich: Ein Getriebe mit einem dazwischenliegenden scheibenförmigen Elektromotor und dem bereits beschriebenen Motor OM 654 bilden gemeinsam einen Hybride. Durch die zum Teil weiten räumlichen Abstände zwischen den Einzelteilen erinnert die Darstellung an eine Explosionszeichnung, wodurch sie einen hohen epistemischen Wert entwickelt (Abb. 42). Diese Antriebsvariante verwendet Mercedes-Benz im Pkw-Sektor seit 2009. Emissionen werden hier vor allem durch den im Verhältnis sehr kleinen Elektromotor gespart. Er unterstützt das Fahrzeug beim Anfahren und Beschleunigen. Gleichzeitig kann der E-Motor auch als Generator fungieren und Energie zurückgewinnen.³⁰⁰ Aktuell ist kein Fahrzeugpendant im Ausstellungsraum zu finden. Die C-Klasse aus dem Jahr 2015 mit Plug-in-Hybrid musste in diesem Jahr der E-Klasse mit optimiertem Verbrennungsmotor weichen.

Der letzte Entwicklungsfokus konzentriert sich auf lokal emissionsfreies Fahren. Elektroantriebe, Batterien und Brennstoffzellen sind die Schlagwörter dieser Mobilitätsstrategie. Das Großexponat für diese Zukunftstechnik, der Elektromotor „E-Cell“, ist ebenfalls in einer Explosionsdarstellung inszeniert. Da hier jedoch jegliche Beschriftung an den sechs Einzelteilen fehlt und auch der Exponattext sich hierzu nicht konkret äußert, geht der Erkenntnisgewinn über deren Zusammenwirken weitestgehend verloren. Zu Batterie und Brennstoffzelle ist je ein Musterexemplar in einem beleuchteten Schaukasten in die Werkbank eingelassen. Als Exponatbeispiel sei an dieser Stelle die Lithium-Ionen-Batterie genannt, die der Automobilhersteller erstmals 2009 in einem Serienfahrzeug verbaute. Sie ist für die Verbrauchsminderung des Boosteffekts beim Anfahren und Beschleunigen zuständig.³⁰¹ Präsentiert wird die Batterie in einer Art weißem Spülbecken, das mit einer Glasplatte abschließt. Durch wenige Linien auf der Glasoberfläche gibt eine Grafik einzelne Teilebeschriftungen an (Abb. 43). Zweifellos bleibt diese Art der Präsentation für die Besucher*in abstrakt und erklärt weder Funktionsweise noch Nutzen, weshalb vermutlich das benachbarte Kurbelmodell als Hands-on-Exponat

²⁹⁸ Die Bezeichnung meint den VW-Abgasskandal: Mit illegaler Software umging die VW AG geltende Abgasnormen. Er wurde am 18.09.2015 aufgedeckt und zieht seitdem seine Kreise. Vgl. Schwarzer, Christoph M.: Was Dieselgate bewirkt hat. In: Zeit Online, 16.09.2016. URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2016-09/volkswagen-dieselgate-ein-jahr-profit> (Zugriff: 21.09.2016).

²⁹⁹ Einleitungstext Werkbank.

³⁰⁰ Vgl. Exponattext zum S 400 Hybrid.

³⁰¹ Vgl. Exponattext Lithium-Ionen-Batterie.

installiert wurde.

Hinsichtlich der Gesamtheit der Antriebsmöglichkeiten ist festzustellen, dass die Techniklösungen für nicht vorgebildete Besucher*innen nur schwer verständlich und keinesfalls im Thiemeyerschen Sinne „evident“ sind. An zwei Stellen wird daher die komplizierte Angelegenheit der alternativen Zukunftsantriebe von der theoretischen Technikebene auf eine praktische Alltagsebene geholt, die nachfolgend besprochen werden sollen. Eine Hierarchisierung der Mobilitätslösungen lässt sich nicht feststellen, alle Ansätze werden gleichwertig auf dem Tisch präsentiert. Vorstandsvorsitzender Dieter Zetsche sieht in dieser breit gefächerten Lösungsstrategie den Marktvorteil des Unternehmens: „Keiner unserer Wettbewerber hat in Summe so gute Voraussetzungen wie wir, den Kundenwunsch nach individueller und nachhaltiger Mobilität zu erfüllen.“³⁰² Die laborartige Inszenierung lässt sich insofern deuten, als dass im Hause Mercedes-Benz die Zukunft der Mobilität nur in die professionellen Hände von Expert*innen gelegt wird.

Hands-on Modelle – epistemischer Nachtrag

Zwei Modelle versuchen zu verdeutlichen, was bei den technischen Exponaten nicht ganz klar wurde: Wofür werden so viele verschiedene Ansätze gebraucht, wenn doch eine Lösung reichen könnte? Hier setzt der „Mobilitätskonfigurator“ an, der aus einem eingebauten Monitor und einem ein- und anleitenden Begleittext besteht. Durch kleine Hebel können verschiedene Parameter auf dem Bildschirm eingestellt werden, wodurch die individuell geeignete Antriebsart berechnet wird (Abb. 44). Faktoren, die den passenden Antrieb beeinflussen, sind: die Anzahl der mitfahrenden Personen, die gewünschte Streckenlänge, die Reiseumgebung und die Zahl der Gepäckstücke. Wählt die Besucher*in beispielsweise 400 Kilometer Strecke, die überwiegend in der Stadt gefahren werden, mit vier Personen samt Gepäck aus, erhält sie den Hybridantrieb als emissionsfreieste Lösung. Aufgrund der „vielen Brems- und Beschleunigungsvorgänge“ kann der „zusätzliche Elektromotor den Verbrennungsmotor entlasten, indem er unterstützend eingreift und seine Energie beim Bremsen oder Rollen zurückgewinnt.“³⁰³ Die Bildschirmanwendung lebt davon, dass die Besucher*in herausgefordert wird, die verschiedenen Regler wiederholt zu verändern, um so „hands-on“ herauszufinden, welche Antriebsart von welchen Faktoren genau beeinflusst ist.

³⁰² Dieter Zetsche zit. nach Daimler AG 2009.

³⁰³ Bildschirmtext zum Hybridantrieb.

„Hands-on“ verlangt auch die Kurbel, die gedreht werden muss, um die Batterie für ein kleines Modellauto aufzuladen. Nach ein paar Drehungen ist die silbergraue Miniaturausgabe der C-Klasse soweit mit Strom versorgt, dass sie beginnt, im Kreis zu fahren (Abb. 45). Je nachdem wie der Drehregler für die Geschwindigkeit eingestellt ist, kommt sie schneller oder langsamer zum Stehen. Ganz spielerisch geht es um die Frage: Wie funktioniert eine Batterie? Der Wissensgewinn des Batterie-Modells ist eher gering, was viele Kinder sowie zahlreiche Erwachsene nicht davon abhält, minutenlang an der Kurbel zu drehen und wie gebannt auf das immer im Kreis fahrende Auto zu schauen.

Beide Modelle heben sich durch schwarze Hochglanzplatten vom Rest der ganz in Weiß gehaltenen Inszenierung ab und künden somit schon optisch von einer anderen Erzählstruktur. Nach Fischer-Lichte können diese Modelle als „Aktanten“³⁰⁴ bezeichnet werden, die durch ihren performativen Charakter zu Reaktionen auffordern. Anders als die meisten Museumsobjekte sind sie nicht dem „Zugriff entrückt“,³⁰⁵ sondern laden als Akteur*innen dazu ein, sich in irgendeiner Form zu beteiligen. Sie sind gewissermaßen der fehlende Beweis oder anders gesagt der epistemische Nachtrag, den die reinen Technikexponate teilweise schuldig bleiben.

Bildschirme – viele Geräte: eine Botschaft

Die größte Anzahl an Bildschirmen befindet sich an der Innovations-Zeitleiste. Auf circa 40 Monitoren in iPad-Größe wechselt im Zehn-Sekunden-Takt die Bildschirmoberfläche, was dazu führt, dass die an sich starre Wand in gewisser Weise in Dynamik gerät (Abb. 46). Die immer neuen Bilder lenken die Aufmerksamkeit der Besucher*innen. Inhaltlich zeigen zwar alle Screens unterschiedliche Innovationen zu unterschiedlichen Zeitpunkten, weshalb keine zwei Bildschirme zur gleichen Zeit das gleiche Bild besitzen, die Storyline hingegen ist bei allen dieselbe. Zunächst gibt ein Fahrzeugfoto den Zeitkolorit wieder, worauf eine Einspielung der wichtigsten Fahrzeugdaten folgt. Nach einer vereinfachten Grafik des jeweiligen Automobils erscheint dann ein fünfzeiliger begleitender Text. Die letzten beiden Bilder zeigen z.B. einen Motor oder eine andere Antriebsinnovation und werden danach wieder von einem kurzen Text erklärt. Durch diese Inszenierung entsteht ein sehr dichtes Bild, welches die Marke Mercedes-Benz immer im Licht der jeweiligen technischen Entwicklung zeigt.

Weitere Bildschirminhalte lassen sich im Mikrokino finden. Hier zeigt ein Film

³⁰⁴ Fischer-Lichte, Erika: Performativität. Eine Einführung. Bielefeld 2012, S. 177.

³⁰⁵ Ebd., S. 172.

über die Zukunftsforschung bei Mercedes-Benz, wie die Zukunft der Mobilität geplant wird. Dabei stehen zunächst nicht die technischen Entwicklungen im Mittelpunkt eines mehrköpfigen Forscher*innenteams, sondern Fragen zu den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedürfnissen von morgen. Mehrere Interviews mit den unternehmenseigenen Zukunftsforscher*innen sind in einem circa zehn minütigen Loop zusammengefasst (Abb. 47). Die Wissenschaftler*innen erzählen, dass sie nicht nur den Megatrend Mobilität im Blick haben, sie beobachten die weltweiten Märkte. So untersuchen sie beispielsweise die Auswirkungen der Urbanisierung auf die individuelle Mobilität.

Zusätzliche Bildschirme lassen sich auf den Fahrzeugpodesten finden, die das jeweilige Fahrzeug in einem kurzen Imagefilm vorstellen. Noch mehr Bildschirme, insgesamt 21 an der Zahl, sind an der Epitome-Wand installiert und wechseln alle paar Sekunden zwischen Bild, Text und Stichwort (Abb. 36). Außerdem sind auf der Werkbank neben dem Mobilitätskonfigurator vier Bildschirmarbeitsplätze eingerichtet. Hier besteht die Möglichkeit, sich zu weiteren 26 Mobilitätsthemen zu informieren. Die Bildsprache fast aller Medieninhalte basiert auf einem sehr dynamischen Hintergrund, der teilweise mit blauen, sich bewegenden und immer wieder aufleuchtenden Punkten versehen ist (vgl. Abb. 47). Diese nehmen das Bild der Deckengestaltung und der grundsätzlich vielen runden Formen im Museumsraum auf, der selbst ein Rund bildet. Zusätzlich verstärken kleine silberne Kreise das Motiv grafisch auf dem Boden, an der Decke und auf dem Werkbankmöbel. Durch die kreisförmige Bewegung, die durch die Raumgestaltung vorgegeben wird, gerät die Besucher*in im Ausstellungsraum selbst in Rotation. Die vielen viereckigen Bildschirme bilden dazu einen starken Kontrast. Auch im Erwin Hymer Museum prägten runde Formen den Zukunftsbereich. Rundheit kann somit als ein Gestaltungsmerkmal der (Mobilität der) Zukunft gesehen werden.

Eine hohe Bildschirmdichte scheint ein zweiter visueller Code für die Inszenierung von Zukunft zu sein: Sowohl im kulturhistorischen als auch im Unternehmensmuseum sind sie unabhängig vom Inhalt ein stilbildendes Gestaltungsmittel. Aber nicht nur optisch sind die Neuen Medien ein Sinnbild für Innovation, auch die Möglichkeit, den Content der Geräte regelmäßig upzudaten und somit aktuell zu halten, bildet eine nützliche Funktion für den hohen Novitätsgrad von thematischen Inhalten zur Zukunft der Mobilität.

Der Audioguide unterstützt die Botschaft der Bildschirme und der übrigen Rauminszenierung auditiv: „Die Zukunft wird Veränderung bringen. Mercedes-Benz

ist vorbereitet wie kaum ein anderer Automobilhersteller!“³⁰⁶ lautet die Ansage des Tonträgers. Diese audiovisuelle Botschaft ist gleichzeitig die Kernaussage der Inszenierung, die der Zukunftsraum vermitteln soll. Die Besucher*innen befinden sich in einem Zeichensystem, das „zwischen Information und Überredung“³⁰⁷ changiert. Auf allen gestalterischen Ebenen wird die strahlend (weiße) Zukunft der Mobilität, die in diesem Zusammenhang synonym mit der Zukunft der Marke verstanden werden soll, inszeniert.

Texte – Komplexität in Schwarz und Grau

Ebenso wie im Erwin Hymer Museum lassen sich auch bei Mercedes-Benz unterschiedliche Textkategorien in der Ausstellung finden. Aufgrund der in großer Zahl vorhandenen Bildschirme sind Texte quasi omnipräsent. Um hier nicht ausufernd über Inhalt und Inszenierung des Geschriebenen zu berichten, seien nur zwei stellvertretende Kategorien näher beschrieben: der einleitende Raumtext und Texte zu den Technikexponaten.

Der Raumtext macht nach den Chroniktexten den Auftakt und beinhaltet, vorab der zentralen Ausstellungsfläche, die wichtigsten inhaltlichen Informationen aus Konzernsicht. Durch den monumentalen Buchstabenaufdruck und die frontale Ausrichtung des Textes im Raum kann sichergestellt werden, dass er zwischen all den anderen beeindruckenden inszenatorischen Elementen nicht untergeht (Abb. 33). Die Besucher*in erfährt, dass die Wurzeln des „Aufbruchs“ zur emissionsfreien Mobilität schon in den 1980er-Jahren begründet liegen. Aufgrund von starken sozialen und politischen Änderungen hat sich seitdem „eine höhere Sensibilität in Umweltfragen“ entwickelt.³⁰⁸ Das „Auto 2000“ belegt diese Aussage auf Exponatebene. Zudem werden die drei Strategien, die die Werkbank explizit macht, schon textlich eingeleitet, wodurch die Beschriftungen auf den Fahrzeugen zuordenbar werden. Der Schlusssatz versucht eine plausible Antwort darauf zu geben, warum Mercedes-Benz auch in Zukunft den Automobilmarkt prägen wird. Er rekurriert auf die zuvor beim Museumsrundgang aufgebaute Markentradition und das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens: „Carl Benz und Gottlieb Daimler haben das Automobil erfunden und Mercedes-Benz gestaltet mit Leidenschaft seine Zukunft.“³⁰⁹

Im Verhältnis zum Raumtext wirken die Technikexponat-Texte inszenatorisch

³⁰⁶ Audioguide Mercedes-Benz Museum, beim Betreten des Zukunftsraums.

³⁰⁷ Bal 2006.(Sagen, Zeigen, Prahlen), S. 79.

³⁰⁸ Vgl. Einleitungstext an der Kernwand.

³⁰⁹ Ebd.

stark zurückgenommen, fast klein. Da die Buchstaben auf das Ausstellungsmöbel gedruckt sind und sich damit ihrer Umgebung anpassen, fallen die Texte optisch nicht weiter auf (Abb. 48). Schwarze Lettern sind das optische Merkmal für die deutsche Ausführung, graue Schrift zeigt die englische Übersetzung an. Die im Verhältnis relative Textlänge und die hohe Dichte an Fachbegriffen, die viel technisches Wissen voraussetzt, zeigen zum einen, dass sich die Texte eher an technisch versierte Leser*innen richten, darüber hinaus aber auch, dass die Mobilität der Zukunft einer hohen Komplexität unterliegt. An den Technikstationen wird gänzlich darauf verzichtet, die Funktionsweise der Maschinen und Antriebe sprachlich zu erklären. Im Text zum Elektroantrieb wird sogar den betriebseigenen Expert*innen zugeschrieben, sie stünden vor „enormen Herausforderungen.“³¹⁰ Auf Besucher*innen kann die Aussage, dass selbst Ingenieur*innen ihre Schwierigkeiten mit der Komplexität der Antriebe haben beruhigend wirken; frei nach dem Motto: „Wenn die Expert*innen schon ihre Probleme damit haben, dann ist es nur menschlich, wenn ich hier im Museum auch nicht so viel verstehe.“ Oftmals nutzen die Texte Formulierungen wie „man arbeite an ‚viel versprechenden‘³¹¹ Technologien“ oder „Antrieb XY ‚gilt als zukunftsweisend‘.“³¹² Diese Redewendungen lassen sprachliche „Hintertürchen“ offen, falls die Mobilität der Zukunft doch anders kommen sollte als von Mercedes-Benz gedacht.

5. Fazit und Ausblick – Zukunft ausstellen als Chance

Der Boom an Zukunftsausstellungen, so die Ausgangsthese dieser Arbeit, attestiert – unabhängig von der Ausstellbarkeit von Zukunft – ein Bedürfnis nach verlässlichen Aussagen über sie. Diese Erkenntnis über das Zukunftsinteresse im Anthropozän bekundete auch die (deutsche) Zukunftsforschung.³¹³ Aber selbst das von der breiten Öffentlichkeit als „wichtige Wissensquelle“³¹⁴ empfundene Medium Museum kann diese gewünschte Verlässlichkeit über die Zukunft nicht geben. Sind Zukunftsausstellungen damit verzichtbar, weil sie die Kompetenzausstattung des Museums übersteigen? Als Antwort sei an dieser Stelle noch einmal Rosmarie Beier-de Haan zitiert, die die erste Analyse einer Zukunftsausstellung durchführte, wenn auch nicht im Museum. Beier-de Haan kam zu dem Schluss, dass Zukunftsausstellungen die Möglichkeit bieten, „[...]von der Sicherheit des

³¹⁰ Exponattext zum Elektroantrieb.

³¹¹ Exponattext zur Lithium-Ionen-Batterie.

³¹² Exponattext zum Elektroantrieb.

³¹³ Vgl. Fußnote 147.

³¹⁴ Schwan 2015, S.63.

gegenwärtigen Standpunktes aus einen Blick in eine Zukunft zu tun, die fest konturiert, deutlich ist, nicht vage, unbestimmt. Die Zukunft verliert damit ihren unbestimmten, tendenziell Angst machenden Charakter.“³¹⁵ Die Möglichkeit, „alternative Wirklichkeiten“³¹⁶ auszuprobieren, ein Merkmal des Inszenierungsbegriffs, bekommt so eine ganz eigene Bedeutung.

Laut zahlreichen (Zukunfts-)Forscher*innen sowie der deutschen Bundesregierung, leben wir in Zeiten eines Mobilitätswandels,³¹⁷ wodurch sich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit sagen lässt, dass die Mobilität in Zukunft eine andere sein wird als in der Gegenwart. Ob dieser Umbruch mit einem auf Nachhaltigkeit gemünzten Paradigmenwechsel einhergeht, ist dagegen schwer vorherzusagen.³¹⁸ Die Politik kann Rahmenbedingen für eine nachhaltige Mobilität schaffen, beispielsweise durch strenge Grenzwerte für CO₂-Emissionen. Für eine grundlegende Veränderung bedarf es jedoch nicht nur dieser „Top-down-Methode“, sondern ebenso der „Bottom-up-Strategie.“³¹⁹ Durch sie kann ein starker Rückhalt in der breiten Gesellschaft verankert werden, der für die Durchsetzung von nachhaltigen (Mobilitäts-)Visionen maßgeblich verantwortlich ist. Manche dieser nachhaltigen Mobilitäts-Veränderungen, zum Beispiel neue Antriebsformen, kündigen sich jetzt schon an, deshalb sollten sie diskutiert werden.

„Museale Inszenierung der Mobilität von morgen“ oder kurz gesagt: „Zukunft ausstellen“ ist dabei nur eine Variante der gesellschaftlichen Diskussion und Sensibilisierung. Bezogen auf die verwendete Zukunfts-Definition³²⁰ kann ich Martin Roths eingangs erwähnte pessimistische Meinung gegenüber *Zukunft ausstellen* nicht teilen. Die Bindung des Ausgestellten an die Gegenwart ist unbestreitbar, was aber nicht daran hindert Zukunft auszustellen. Die vorliegende Untersuchung konnte zeigen, wie 2016 museale Erdächtnisse der Mobilität mit den Möglichkeiten einer dreidimensionalen Raum-Kommunikation „mittels Gestaltung, Exponaten und Texten“³²¹ inszeniert sind. Alle Inszenierungs-Kategorien folgen dabei überwiegend dem Leitmotiv der Nachhaltigkeit, das schon bei der Expo 2000 eine Hauptrolle spielte. Aber auch andere Megatrends wie die Individualisierung und die

³¹⁵ Vgl. Beier-de Haan 2001, S. 124.

³¹⁶ Thiemeyer 2012, S. 209.

³¹⁷ Vgl. Fußnote 10 und 12.

³¹⁸ Vgl. Interview mit Prof. Dr. Katrin Böhning-Gaese, Expertin für Biodiversität und Landnutzungsänderung und Prof. Dr. Thomas Hickler, Experte für Klimamodellierung vom Senckenberg Biodiversität und Klima Forschungszentrum. Fischer/Schneider 2013, S. 98.

³¹⁹ Vgl. ebd., S. 99.

³²⁰ Wie bereits erwähnt versteht diese Arbeit Zukunft als „gestaltbare, steuerbare Zukunft in Verlängerung der Gegenwart“ und als solche kann sie – in Anlehnung an kulturwissenschaftliche Zukunftsforschung – als „Erdächtnis“ ausgestellt und inszeniert werden. Heinen 2009, S. 17; Hartmann/Murawska 2015, S. 8.

³²¹ Kategorien der Leitfrage, Kapitel 1.2, S. 6.

Vernetzung tauchen auf allen Ebenen der Inszenierungen auf. Zukunft wird demnach vor allem mit Zukunft(strends) inszeniert. Zukunft kann aber auch, wie das Mercedes-Benz Museum bewies, mit Gegenwart inszeniert werden. Diese Zukunfts-Inszenierung mit dem State of the Art der Technik gelingt an dieser Stelle nur, da die breite Masse der Gesellschaft noch nicht mit alternativen Antrieben ausgestattet ist. Wäre dies der Fall, würde der Inszenierung aus inhaltlicher Sicht das zukünftige Moment fehlen.

Die Gestaltung in den Zukunftsräumen des Mercedes-Benz Museums und des Erwin Hymer Museums beruft sich in ihrer Form auf stilprägende Rundheit und dynamisch aufsteigende Linien. Im Sinne von Rotation erzeugt die Raumgestaltung selbst Mobilität im Ausstellungsraum. Auf solche szenografisch gestalteten Bühnen kann bei abstrakten Themen wie der Mobilität der Zukunft, das zumindest haben die beiden Ausstellungen gezeigt, nicht gänzlich verzichtet werden. In den untersuchten Bereichen bieten sie eine nützliche Ergänzung zu den Exponatensembles, indem sie auf sinnlicher Ebene eine Atmosphäre kreieren, die ein Gefühl für das Thema Zukunft vermittelt. An einigen Stellen griffen die Gestalter*innen auf Elemente der Science Fiction-Welt zurück: Weltraumbilder oder ein Zukunftscockpit verstärkten den Eindruck von Zukunft. Von „Lost in Decoration“,³²² wie HG Merz dies beschrieb, kann aber bei keiner der untersuchten Zukunftsräume die Rede sein. Mit der auf technische Farben reduzierten Farbsprache und den diversen Modellen technischen Fortschritts, die auf bunte Kuriositäten verzichten, entsteht eine Atmosphäre der „nüchternen Ernsthaftigkeit“. Die verstärkte Verwendung der Farben Weiß, Grau und Blau suggeriert eine moderne und saubere Zukunftstechnik. Dieses Raumklima untermauert den „zukunfts-sicheren“ Charakter der Mobilitätsvisionen samt ihrer Objekte. Durch dieses scheinbar neutrale In-Szene-setzen kommen mögliche Zweifel an den gezeigten Aussagen kaum auf. Im Gegensatz dazu wirkte die erste Zukunftsausstellung im Erwin Hymer Museum farbenfroh und anekdotisch, obwohl sich die szenografischen Elemente nicht wesentlich änderten.

Die Exponate für Zukunftsausstellungen, denen in dieser Arbeit ein besonderes Interesse galt, können nicht aus Museumsdepots generiert werden. Das lässt ihr an den Begriff der Neuheit gebundener Charakter nicht zu. Dieser intrinsische Wesenszug der Zukunft ist dafür verantwortlich, dass wir sie nicht kennen können und macht ihre Musealisierung schwierig – auf theoretischer Ebene nahezu

³²² HG Merz 2005, S. 38.

unmöglich. Ihrem Gegenstand werden Zukunftsausstellungen (nicht nur) zur Mobilität deshalb nur teilweise gerecht. Obwohl sich die beiden hier analysierten Ausstellungen von den Beständen der Museen emanzipierten und der Ausstellungsidee den Vorrang gaben, wurde nicht auf Exponate verzichtet, um die Mobilität von morgen zu inszenieren und auszustellen. Objekte sind geradezu ein Kernbestandteil der Zukunfts-Inszenierungen. Technische Geräte, Fahrzeuge, Designstudien und Mobilitätsmodelle, überwiegend aus dem Umfeld von Mobilitätsexpert*innen, sind prominente Beispiele, die die Vorstellungen über die Mobilität von morgen in beiden Museumsräumen prägen.

Die Analyse der Exponate ergab des Weiteren, dass sich Zukunftsausstellungen wie andere Schauen auch kultureller Mittel bedienen. Das, was „Zukunftsexponate“ im Gegensatz zu den gewohnten Museumsdingen besonders macht, ist, dass sie sich noch nie in einem Warenkreislauf befunden haben, aus dem sie hätten entnommen werden können, um anschließend der Musealisierung zugeführt zu werden. Damit haben sie etwas mit zeitgenössischen Kunstwerken gemein, die nur im Auftrag einer bestimmten Ausstellung produziert werden. Wie herkömmliche Museumsobjekte können Zukunftsexponate ebenfalls als Quelle befragt werden. Allerdings geben sie keine empirischen Antworten zur Beschaffenheit der Zukunft, sondern berichten von den Erwartungen und Wünschen der Gegenwart. Ob es dabei um die Zukunft der Mobilität oder um eine andere Zukunft geht ist dabei letztlich unerheblich. Die beiden Ausstellungsbeispiele zeigen, dass die Zukunftsbilder der Mobilität im Jahr 2016 auf den Darstellungsbedingungen und Vorstellungen der Gegenwart beruhen. Auch bei Zukunftsausstellungen wählen Zeitgenoss*innen wie Kurator*innen und Ausstellungsmacher*innen Objekte aus, die sie als wichtig erachten und die Zukunftsaspekte zeichnerhaft in sich tragen. In der Ausstellungssituation materialisieren sie sich zu einem visuellen Code, der im besten Falle von den Besucher*innen entschlüsselt werden kann und einen epistemischen Gewinn erzielt. Im Allgemeinen liegt die Verantwortung für Zukunftsausstellungen dadurch viel stärker auf den Schultern der Ausstellungsproduzent*innen als bei historischen Schauen, so eine weitere These dieser Studie. Die Ausstellungsmacher*innen können sich nicht etwa auf die Konsistenz alter Sammlungsbestände berufen, sondern weisen den in der Regel hinzugekauften Objekten und Bildern in großem Stil selbst neue Bedeutung zu. Diese Verantwortung wird durch die jeweiligen „Kontextualisierungen des

Deponierten und Exponierten“³²³ verstärkt. Dadurch sind die Produzent*innen, zumindest was die Zukunftsbereiche angeht, nicht mehr, wie Bal dies für historische Ausstellungen beschrieb, „ein winziges Bindeglied in einer langen Kette von Subjekten.“³²⁴ Die Frage: „Wer spricht?“ wird in Zukunfts-Inszenierungen fassbarer und bleibt nicht länger ein „unsichtbares ‚Ich‘.“³²⁵

Ausschlaggebend für „Ziel, Merkmal und Wirkung“³²⁶ der jeweiligen Inszenierung, so zeigten die unterschiedlichen Forschungsfelder, ist die Klassifikation der Institution. Wobei, trotz unterschiedlicher Klassifizierung, grundsätzlich beide Museen zur nachhaltigen Mobilität anregen. Sie tun dies, indem sie auf die Vorteile der Verringerung von Emissionen in Texten hinweisen, die Lust an der zukünftigen Mobilität über Modelle und Fahrzeuge transportieren und mit den Gesamtinszenierungen attraktive Zukunftsbilder zeichnen. Ästhetisch hochwertiges Film- und Bildmaterial unterstützt die Inszenierungen auf den zahlreichen Bildschirmen. Das Verhältnis von Inszenierung und Inhalt, welches Beier-de Haan für die Expo 2000 anprangerte, scheint in den untersuchten Bereichen weitestgehend ausgeglichen. Beide Schauen des kulturhistorischen Erwin Hymer Museums sind in ihrer Inszenierung darauf angelegt, dass die Besucher*innen selbst die Zukunft der Mobilität in der Hand haben. Betrachter*innen werden im Zukunftscockpit zu Akteur*innen, die aktiv in die Interpretation und Gestaltung des Ausstellungsraums eingreifen und sich beteiligen. Besondere epistemische Relation erhalten die Zukunfts-Inszenierungen, in Anlehnung an Korff, durch die Vielzahl an fremden und unvertrauten Dingen, die der Museumsbesucher*in gegenüberstehen und so das Verstehen herausfordern.³²⁷ Der Fokus bei den Antriebslösungen liegt hier klar auf der Elektromobilität. Optimierte Verbrennungsmotoren und Hybridvarianten, wie im Mercedes-Benz Museum vorgestellt, scheinen hier in Zukunft keine Rolle zu spielen. Das Mercedes-Benz Museum inszeniert und sieht die Verantwortung für die morgige Mobilität viel mehr bei den unternehmenseigenen Ingenieur*innen und Zukunftsforscher*innen. Die Zukunft der Mobilität wird hier insbesondere durch die prägnante Szenografie des Raumes in Kombination mit verschiedenen Antriebsvarianten und Fahrzeugen der Gegenwart inszeniert. Wie zu erwarten war

³²³ Heesen/Lutz 2005, S. 17.

³²⁴ Bal 2006. (Sagen, Zeigen, Prahlen), S. 77.

³²⁵ Ebd.

³²⁶ Thiemeyer 2012, S. 207.

³²⁷ Vgl. Korff 2005, S. 97.

verzichten beide Institutionen auf Bedrohungsszenarien.³²⁸ Vielmehr werden optimistische Zukunftsbilder entworfen, die der Strategie „optimism bias“³²⁹ nach Sharot zugeordnet werden können.

Bezüglich der Thesen, die mithilfe der Kultursemiotik und der Dichten Beschreibung gewonnen wurden, muss noch einmal darauf hingewiesen werden, dass beide Methoden eine subjektiv orientierte und induktive Arbeitsweise verlangen und somit anfällig für Fehlinterpretationen sind. Dennoch haben sie eine ganze Reihe von neuen Erkenntnissen ermöglicht. Fragen wie: „Wie werden andere Zukunftstrends inszeniert?“ und: „Welche Funktion hat Zukunft ausstellen?“ konnten nicht behandelt oder nur angerissen werden und könnten in zukünftigen Forschungen berücksichtigt werden.

Was kann Zukunft als Ausstellungsgegenstand darüber hinaus im Museum leisten? Zukunft ausstellen kann eine nützliche Kommunikationsbasis bieten, um das Verständnis und die Diskussion über Zukunftstrends wie im Bereich der Mobilität weiter voranzutreiben. Einer der großen Vorteile einer musealen Zukunfts-Debatte in (kulturhistorischen) Museen ist die Möglichkeit, dass Rezipient*innen aus vielschichtigen Milieus mit den unterschiedlichsten Ideen im Austausch zusammenkommen können. Dies ist aber nur dann der Fall, wenn die Zukunfts-Inszenierungen interaktiv angelegt sind und damit über eine Eins-zu-eins-Kommunikation hinausreichen und einen Dialog ermöglichen. Eine einfache Sprache ist ein weiterer Faktor, der den Dialog mit einer breiten Masse bestimmt. An einigen Stellen im Mercedes-Benz Museum waren die Exponattexte mit vielen technischen Fremdworten versehen, sodass ihre Dekodierung nicht allen Besucher*innen möglich erschien. Es stellt sich die Frage, ob Teile der Besucher*innenschaft dadurch ausgeschlossen werden. Über epistemische Ordnungen, so wie Korff sie vorschlug, können komplexe Inhalte von Zukunftstrends in Inszenierungen sinnlich transportiert werden. Die musealen Zukunfts-Zeichen werden so zu lesbaren Codes wie dies in den beiden untersuchten Museen weitestgehend der Fall ist. Das Museum kann dadurch im besten Sinne als xenologische Plattform für Ideen und Handlungsansätze der Zukunft dienen und sollte diese Chance nutzen.

Diese Analyse abschließend – und der kulturellen Logik der Zukunft folgend –

³²⁸ Auch aus Sicht des Zukunftsforschers Stephan Rammler, der sich ebenfalls auf gehirmpsychologische Studien der Zeitschrift *Nature Neuroscience* stützt, wären solche negativen Zukunfts-Szenarien sogenannte Dystopien kontraproduktiv, was die Erziehung zur nachhaltigen Mobilität betrifft, da sie als paralysierend empfunden würden. Vgl. Rammler 2014, S. 14f.

³²⁹ Sharot 2011, S. 941.

steht zumindest eine Erkenntnis bezüglich „Zukunft ausstellen“ fest: Es ist die Zukunft selbst, die über „die Wahrheit“³³⁰ von Prognosen richtet,³³¹ so auch über die inszenierten Mobilitätsprognosen im Museum.³³²

³³⁰ Dabei meint „Wahrheit“ hier nicht die Wahrheit im Sinne der „einzig richtigen Wahrheit“, die es im Ausstellungswesen freilich nicht geben kann, da museal inszenierte Erzählungen immer nur eine „Wahrheit“ von vielen darstellen. Gemeint ist das Durchsetzungsvermögen von neuen erfolgreichen Verkehrsmitteln nach Ruud Filarski. Vgl. Filarski 2005, S. 104f.

³³¹ Hartmann/Murawska 2015, S. 7.

³³² Die begrenzte Zeit solcher und aller Zukunftsvisionen macht es nötig stets neue „Zukünfte“ zu generieren, will man sie museal inszenieren. Bei dem Gedanken daran meine Masterarbeit in fünfzehn Jahren wieder aus dem Regal zu ziehen und die Prognosen aus dem Jahr 2016 mit dem realen Urteil der Zukunft abzugleichen, freue ich mich schon jetzt auf die zu erwartenden Überraschungen.

Literaturverzeichnis

- acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e.V.** (Hg.): Mobilität 2020. Perspektiven für den Verkehr von morgen. Schwerpunkt: Straßen- und Schienenverkehr. Stuttgart 2006.
- Arnhold, Hermann:** Das offene Museum. Zukunftsperspektiven im LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte in Münster. In: John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld 2008, S. 192-199.
- Assmann, Aleida:** Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Gumbrecht, Hans-Ulrich/Pfeiffer, Karl Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt a.M. 1988, S. 237-251.
- Auto Bild** (Hg.): Deutsche Autos der 80er Jahre. Hamburg 2013. URL: <http://www.autobild.de/klassik/bilder/youngtimer-galerie-deutsche-autos-der-80er-jahre-1862245.html#bild1> (Zugriff:20.09.2016).
- Bal, Mieke:** Sagen, Zeigen, Prahlen. In: Dies. (Hg.): Kulturanalyse. Frankfurt a.M. 2006, S. 72-116.
- Bal, Mieke:** Vielsagende Objekte. Das Sammeln aus narrativer Perspektive. In: Dies. (Hg.): Kulturanalyse. Frankfurt a.M. 2006, S. 117-145.
- Barthes, Roland:** Das semiologische Abenteuer. Frankfurt a.M. 1988.
- Barthes, Roland:** Das Reich der Zeichen. Frankfurt a.M. 1981.
- Barthes, Roland:** Elemente der Semiologie. Frankfurt a.M. 1979.
- Bauer, Christian Alexander:** User Generated Content. Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte. Berlin/Heidelberg 2011.
- Beier-de Haan, Rosmarie:** Inszenierung von Zukunft. Visionen und mediale Strategien der EXPO 2000. In: Historische Anthropologie 9 (2001), S. 115-125.
- Benjamin, Walter:** Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Tiedemann, Rolf/Schweppenhäuser, Hermann (Hg.): Walter Benjamin. Gesammelte Werke. Bd. 2. Frankfurt a.M. 2011, S. 569-599.
- Böhme, Gernot:** Ästhetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München 2001.
- Bott, Gerhard** (Hg.): Das Museum der Zukunft. Köln 1970.
- Brückner, Uwe:** Szenografie – Narrative Räume. Atelier Brückner 2002-2010. Stuttgart 2010.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung** (Hg.): Bundesbericht Forschung und Innovation 2016. Forschungs- und innovationspolitische Ziele und

Maßnahmen. Berlin 2016.

Canzler, Weert/Knie, Andreas: Schlaue Netze. Wie die Energie- und Verkehrswende gelingt. München 2013.

Dernie, Davide: Ausstellungsgestaltung. Konzepte und Techniken. Ludwigsburg 2006.

Deutsche Museum (Hg.): Sonderausstellungen. Willkommen im Anthropozän – Unsere Verantwortung für die Zukunft der Erde. München 2014. URL: <http://www.deutsches.museum.de/de/ausstellungen/sonderausstellungen/anthropozan/> (Zugriff: 16.07.2016).

Deutscher Museumsbund e.V./ICOM Deutschland (Hg.): Standards für Museen. Kassel/Berlin 2006.

Divjak, Paul: Integrative Inszenierungen. Zur Szenografie von Partizipativen Räumen. Bielefeld 2012.

dpa/cj: Mehr Farbe im Auto-Spiel. Weiß, Schwarz, Silber, Grau: Autofahrer in Deutschland und Europa mögen es eher trist. In: Auto Bild, 02.05.2016. URL: <http://www.autobild.de/artikel/vorliebe-fuer-farben-die-beliebtesten-autofarben-8474403.html> (Zugriff: 04.09.2016).

Elpers, Sophie/Palm, Anna: Von Grenzen und Chancen des Sammelns von Gegenwart in kulturhistorischen Museen im 21. Jahrhundert. In: Dies. (Hg.): Die Musealisierung der Gegenwart. Von den Grenzen und Chancen des Sammelns in kulturhistorischen Museen. Bielefeld 2014, S. 9-30.

E-Mags Media GmbH (Hg.): Die Zukunft kommt ins Mercedes-Benz Museum. Neugestalteter Ausstellungsraum in 2011. Essen 2011. URL: <http://www.mercedesfans.de/magazin/news/die-zukunft-kommt-ins-mercedes-benz-museum-neugestalteter-ausstellungsraum-in-2011.1631> (Zugriff: 17.09.2016).

Endter, Claudia: Engpass Green Mobility. Grenzen des Mobilitätswandels versus Erfolgsfaktor Akzeptanz. Hamburg 2014.

Engelskirchen, Lutz: Welche Zukunft haben Museen der Arbeit? Tagung zur Darstellung von Geschichte der Arbeit im Museum, 7. und 8. Juni 2001. Essen 2002.

Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Das Erwin Hymer Museum. Die ganze Welt des mobilen Reisens. Bad Waldsee 2013.

Europäische Kommission (Hg.): Kommission begrüßt Vereinbarung der Mitgliedstaaten für belastbare Prüfungen der Luftschadstoffemissionen von Fahrzeugen. Brüssel 2015. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-

5945_de.htm (Zugriff: 21.09.2016).

Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Presseinformation. Daten und Fakten. Bad Waldsee 2011.

Evans, Arthur B.: Science Fiction as Genre. Histories. In: Latham, Rob (Hg.): The Oxford Handbook of Science Fiction. Oxford 2014.

Färber, Alexa: Weltausstellung als Wissensmodus. Ethnographie einer Repräsentationsarbeit. Berlin 2006.

Fast Company (Hg.): Why The Car Industry Still Builds Life-Size Clay Models. New York 2012. URL: <https://www.fastcodesign.com/3045316/asides/why-the-car-industry-still-builds-life-size-clay-models> (Zugriff: 12.09.2016).

Fehr, Michael: Wider die Gegenwartsschrumpfung. Einige Überlegungen zur Zukunft des Museums. In: John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld 2008, S. 133-152.

Filarski, Ruud: Langfristige Veränderungsprozesse des Verkehrssystems im historischen Kontext. In: Gundler, Bettina/Hascher, Michael/Trischler, Helmuth (Hg.): Unterwegs und mobil. Verkehrswelten im Museum. Frankfurt a.M./New York 2005, S. 91-110.

Fischer, Frauke/Schneider, Heinrich: Planet 3.0. Klima. Leben. Zukunft. Frankfurt a.M. 2013.

Fischer-Lichte, Erika: Inszenierung. In: Dies./Kolesch, Doris/Warstat, Matthias (Hg.): Metzler Lexikon. Theatertheorie. Stuttgart/Weimar 2014, S. 152-160.

Fischer-Lichte, Erika: Performativität. Eine Einführung. Bielefeld 2012.

Fischer-Lichte, Erika: Theatralität und Inszenierung. In: Dies. u. a. (Hg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen 2007, S. 9-28.

Fischer-Lichte, Erika: Ästhetik des Performativen. Frankfurt a.M. 2004.

Flügel, Katharina: Einführung in die Museologie. 2. Auflage. Darmstadt 2009.

Ford-Werke GmbH/Zukunftsinstitut GmbH (Hg.): We-Mobility. Eine Trendstudie über Millennials und die Bedeutung der Mobilität für die Gemeinschaft. Frankfurt a.M. 2015. URL: https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/Ford_Automotive_Zeitgeist_Studie_3.0.pdf. (Zugriff: 27.09.2016).

Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS (Hg.): Car-to-X-Kommunikation. Versuchswerkzeuge von Fraunhofer FOKUS beweisen Praxistauglichkeit im bisher größten Feldversuch. Berlin 2013. URL:

<https://www.fokus.fraunhofer.de/0e57888e7e36789d> (Zugriff: 10.09.2016).

- Früchtl, Josef/Zimmermann, Jörg** (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt a.M. 2001.
- Gable, Eric**: Ethnographie. Das Museum als Feld. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes. 2., unveränderte Auflage. Bielefeld 2013, S. 95-120.
- Geertz, Clifford**: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a.M. 2003.
- Geimer, Peter**: Über Reste. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 109-118.
- Gläser, Martin**: Medienmanagement. 3. Auflage. München 2014.
- Greci, Linda**: Museale Markenpräsentation. Vergleichende Museumsanalyse der Automobilmuseen Mercedes-Benz und Porsche. Tübingen 2012.
- Gundler, Bettina** (Hg.): Unterwegs und mobil. Verkehrswelten im Museum. Frankfurt a.M./New York 2005.
- Hahn, Alois**: Erinnerung und Prognose. Zur Vergegenwärtigung von Vergangenheit und Zukunft. Wiesbaden 2003.
- Hartmann, Andreas/Murawska, Oliwia**: Das Erdächtnis. Zur kulturellen Logik der Zukunft. In: Dies. (Hg.): Representing the Future. Zur kulturellen Logik der Zukunft. Bielefeld 2015, S. 7-16.
- Hartwig, Karl-Hans** (Hg.): Beiträge. Die Zukunft der Mobilität. Münster 2000.
- Hauthal, Janine**: Inszenierung. In: Nünning, Ansgar (Hg.): Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie. Stuttgart/Weimar 2013, S. 321-322.
- Heesen, Anke te/Lutz, Petra**: Einleitung der Herausgeberinnen. In: Dies. (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 11-24.
- Heesen, Anke te**: Verkehrsformen der Objekte. In: Dies. (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 53-64.
- Heinen, Armin**: Eine Geschichte der Zukunft und die Selbstvergewisserung vernünftigen Umgangs mit den zukünftigen Dingen. In: Heinen, Armin/Mai, Vanessa/Müller, Thomas (Hg.): Szenarien der Zukunft. Technikvisionen und Gesellschaftsentwürfe im Zeitalter globaler Risiken. Berlin 2009, S. 15-20.
- Helmers, Eckard**: Die Modellentwicklung in der deutschen Autoindustrie. Gewicht contra Effizienz. Trier 2015.
- Henning, Michelle**: Museums and Media Archaeology. An Interview with Wolfgang Ernst. In: Macdonald, Sharon/Leahy, Helen Rees (Hg.): The International

Handbooks of Museum Studies. Vol. 3. Chichester 2015, S. 3-22.

Heupel, Thomas: Internationales Wertschöpfungsmanagement in der Automobilindustrie. In: Keuper, Frank/Schunk, Henrik A. (Hg.): Internationalisierung deutscher Unternehmen. Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand. Wiesbaden 2009.

Heymann, Eric/Koppel, Oliver/Puls, Thomas: Evolution statt Revolution. Die Zukunft der Elektromobilität. Köln 2013.

HG Merz/Wais, Patrick: Ausstellungen konzipieren und gestalten. In: Herbrand, Nicolai O. (Hg.): Schauplätze dreidimensionaler Markeninszenierung. Innovative Strategien und Erfolgsmodelle erlebnisorientierter Begegnungskommunikation. 1. Auflage. Stuttgart 2008, S. 235-262.

HG Merz: Lost in Decoration. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 37-44.

Horlacher, Stefan: Semiotik. In: Nünning, Ansgar (Hg.): Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie. Stuttgart/Weimar 2013, S. 654-656.

Jakubowski, Peter/Lehmann, Carsten: Interkommunale Mobilitätsvergleiche. In: Hartwig, Karl-Heinz (Hg.): Die Zukunft der Mobilität. Göttingen 2001, S. 7-34.

Jöckel, Michael/Hanselka, Holger: Elektromobilität aus Sicht der Systemforschung. In: Steiner Peter M./Galimberti-Faussone, Luigi (Hg.): Übergänge und Lösungen. Für eine Nachhaltige Mobilität der Zukunft. Stuttgart 2011, S. 93-108.

John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld 2008.

Kaiser, Stefanie: Eventmarketing in der deutschen Automobilindustrie. Bedeutung, Integration und Beispiele des Erfolgsfaktors Erlebnismarketing. Hamburg 2014.

Kirchberg, Volker: Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikro- soziologische Perspektiven. Wiesbaden 2005.

Kleinmann, Sarah: Sinnliche Ethnographie an Tatorten. Überlegungen zur Ausstellungsanalyse in Gedenkstätten an historischen Orten nationalsozialistischer Verbrechen. In: Arantes, Lydia Maria/Rieger, Elisa (Hg.): Ethnographien der Sinne. Wahrnehmung und Methode in empirisch-kulturwissenschaftlichen Forschungen. Bielefeld 2014, S. 179-194.

Knie, Andreas: Auto-Mobilität und komplementäres Raumverständnis. In: Gundler, Bettina/Hascher, Michael/Trischler, Helmuth (Hg.): Unterwegs und mobil. Verkehrswelten im Museum. Frankfurt a.M./New York 2005, S. 131-139.

König, Gudrun M.: Dinge zeigen. In: Dies. (Hg.): Alltagsdinge. Erkundungen der

materiellen Kultur. Tübingen 2005, S. 9-28.

Korff, Gottfried: Zur Eigenart der Museumsdinge. In: Eberspächer, Martina/König, Gudrun M./Tschofen, Bernhard (Hg.): Museumsdinge. Deponieren – exponieren. Köln 2007, S. 140-145.

Korff, Gottfried: Betörung durch Reflexion. Sechs um Exkurse ergänzte Bemerkungen zur epistemischen Anordnung von Dingen. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 89-108.

Korff, Gottfried: Merkwelt Wissenschaft. Staging Science. Ausstellungen als Instrument der Wissensvermittlung. Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik. Workshop am 26. und 27. April 2002 an der Humboldt-Universität zu Berlin. URL: <http://www2.hu-berlin.de/hzk/files/Korff.pdf> (Zugriff: 20.09.2016).

Lengert, Axel/Dreher, Albert M.: Mercedes-Benz Museum. Mythos & Collection. Stuttgart 2010.

Mersch, Dieter: Was sich zeigt. Materialität, Präsenz, Ereignis. München 2002.

Müllges, Kay: Futurologie. Die Zukunftsforschung hat Grenzen. In: Deutschlandfunk, 17.09.2015. URL: http://www.deutschlandfunk.de/futurologie-die-zukunftsforschung-hat-grenzen.1148.de.html?dram:article_id=331490 (Zugriff: 30.08.2016).

Muttenthaler, Roswitha/Wonisch, Regina: Rollenbilder im Museum. Was erzählen Museen über Frauen und Männer? Schwalbach am Taunus 2010.

Muttenthaler, Roswitha/Wonisch, Regina: Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen. Bielefeld 2006.

Nahrstedt, Wolfgang: Interesse wecken – Kompetenz entwickeln. Lernen in Erlebniswelten. In: Commandeur, Beatrix/Dennert, Dorothee (Hg.): Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen. Bielefeld 2004, S. 29-38.

Niedersächsische Landeszentrale für politische Bildung/EXPO 2000 Hannover GmbH (Hg.): Expo 2000. Der Themenpark. Eine Sachinformation. Hannover 1999.

Obermaier, Walter (Hg.): Zukunftsbilder. Utopische Visionen in Literatur und Film. Wien 2001.

Otten, Michael/Wittkowske, Steffen (Hg.): Mobilität für die Zukunft. Interdisziplinäre und (fach-)didaktische Herausforderungen. Bielefeld 2014.

Paatsch, Ulrich: Konzept Inszenierung. Inszenierte Ausstellungen. Ein neuer Zugang für Bildung im Museum? Ein Leitfaden. Heidelberg 1990.

Pearce, Susan M.: Museum, Objects and Collections. Leicester 1992.

- Pein, Max-Gerrit von/Wirth, Thomas:** Mercedes-Benz Museum. Konstanz 2011.
- Planka.nu** (Hg.): VerkehrsMachtOrdnung. Zur Kritik des Mobilitätsparadigmas. 1. Auflage. Münster 2015.
- Pomian, Krzysztof:** Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln. Berlin 1998.
- Rammler, Stephan:** Schubumkehr. Die Zukunft der Mobilität. Frankfurt a.M. 2014.
- Rauenbusch, Jens:** Mobilität von morgen. Ein Zukunftsbild für Berlin und Brandenburg. Potsdam 2015.
- Reinhard, Uwe J./Teufel, Philipp:** Remember the future. In: Dies. (Hg.): Neue Ausstellungsgestaltung 02. Ludwigsburg 2010, S. 16-29.
- Reinhard, Uwe J./Teufel, Philipp:** Einundzwanzig Thesen zur Neuen Ausstellungsgestaltung. In: Dies. (Hg.): Neue Ausstellungsgestaltung 01. Ludwigsburg 2008, S. 10-25.
- Renn, Jürgen/Scherer, Bernd:** Das Anthropozän. Zum Stand der Dinge. Berlin 2015.
- Rheinberger, Hans-Jörg:** Epistemologica. Präparate. In: Heesen, Anke te/Lutz, Petra (Hg.): Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort. Köln 2005, S. 65-76.
- Rheinberger, Hans-Jörg:** Dimensionen der Darstellung in der Praxis des wissenschaftlichen Experimentierens. In: Hampe, Michael/Lotter, Maria-Sibylla (Hg.): „Die Erfahrungen, die wir machen, sprechen gegen die Erfahrungen, die wir haben.“ Über Formen der Erfahrung in den Wissenschaften. Berlin 2000, S. 235-246.
- Rheinberger, Hans-Jörg/Hagner, Michael/Wahrig-Schmidt, Bettina:** Einleitung der Herausgeber*innen. In: Dies. (Hg.): Räume des Wissens. Repräsentation, Codierung, Spur. Berlin 1997, S. 7-22.
- Rombach, Julia:** Trendsetter oder Traditionshüter? Die Zukunft der Museen. Hamburg 2007.
- Rosenfeld, Uta:** Die Schwierigkeit das Genussmittel Auto zu genießen. Automobilität als Alltagsphänomen und kulturelle Praxis. In: Stapferhaus Lenzburg (Hg.): Autolust. Ein Buch über die Emotionen des Autofahrens. Baden 2002, S. 8-15.
- Roth, Martin:** Lässt sich die Zukunft ausstellen? Expo 2000 und der Themenpark. Vision und Wirklichkeit. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.05.1999.
- Sauter, Joachim:** Neue Medien in Museen und Ausstellungen. In: Graf, Bernhard/Müller, Astrid B. (Hg.): Sichtweisen. Zur veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen. Wiesbaden 2005, S. 29-34.
- Scholze, Jana:** Kultursemiotik. Zeichenlesen in Ausstellungen. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes.

2., unveränderte Auflage. Bielefeld 2013, S. 121-148.

Scholze, Jana: Medium Ausstellung. Lektüren musealer Gestaltungen in Oxford. Leipzig u. a. 2004.

Schröder, Thorsten: Generation Y. Sie erfüllen die Erwartungen einfach nicht. In: Zeit. Online, 16.08.2016. URL: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2016-08/generation-y-millennials-usa-wirtschaft-konsum/komplettansicht> (Zugriff: 27.09.2016).

Schröder, Vanessa: Geschichte ausstellen. Geschichte verstehen. Wie Besucher im Museum Geschichte und historische Zeit deuten. Bielefeld 2013.

Schwan, Stephan: Lernen. In: Gfrereis, Heike/Thiemeyer, Thomas/Tschofen, Bernhard (Hg.): Museen verstehen. Begriffe der Theorie und Praxis. Göttingen 2015, S. 63-75.

Schwarzer, Christoph M.: Was Dieselgate bewirkt hat. In: Zeit Online, 16.09.2016. URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2016-09/volkswagen-dieselgate-ein-jahr-profit> (Zugriff: 21.09.2016).

Schweibenz, Werner: Sprache, Information und Bedeutung im Museum. Narrative Vermittlung durch Storytelling. In: Harms, Ilse/Luckhardt, Heinz-Dirk/Giessen, Hans W. (Hg.): Information und Sprache. Beiträge zu Informationswissenschaft, Computerlinguistik, Bibliothekswesen und verwandten Fächern. München 2006, S. 75-84.

Seefried, Elke: Die Gestaltbarkeit der Zukunft und ihre Grenzen. Zur Geschichte der Zukunftsforschung. In: Zeitschrift für Zukunftsforschung 1 (2015), S. 5-30.

Seel, Martin: Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs. In: Früchtl, Josef/Zimmermann, Jörg (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt a.M. 2001, S. 48-62.

Sharot, Tali: The Optimism Bias. In: Current Biology. 21 (2011) H. 23, S. 941-945.

Sloterdijk, Peter: Museum. Schule des Befremdens. In: Ders. (Hg.): Der ästhetische Imperativ. Berlin 2014, S. 354-370.

Speer, Albert: The Post-Oil City – Die Zukunft der Stadt. In: Reiner mann, Heinrich (Hg.): Mobilität mit Intelligenz. Strategien für die Bewältigung der logistischen Herausforderungen der Zukunft. Baden-Baden 2011, S. 24-39.

Stapferhaus Lenzburg (Hg.): Tagungsprotokolle. X-Positionen. Gegenwart ausstellen. Lenzburg 2009.

Steiner, Peter M./Galimberti-Faussone, Luigi (Hg.): Übergänge und Lösungen. Für eine Nachhaltige Mobilität der Zukunft. Stuttgart 2011.

Steiner, Peter M./Kuhn, Axel: Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität der

- Zukunft. In: Steiner, Peter M./Galimberti-Faussone, Luigi (Hg.): Übergänge und Lösungen. Für eine Nachhaltige Mobilität der Zukunft. Stuttgart 2011, S. 13-18.
- Steinmüller, Karlheinz:** Zukunftsforschung in Europa. Ein Abriß der Geschichte. In Ders./Kreibich, Rolf/Zöpel, Christoph (Hg.): Zukunftsforschung in Europa. Ergebnisse und Perspektiven. Baden-Baden 2000, S. 37-54.
- Stiewe, Mechtild/Wittowsky Dirk:** Mobilitätskonzepte im Wandel. Mobilitätsmanagement als Hebel zur Reduzierung von Co2-Emissionen. In: Proff, Heike u. a. (Hg.): Schritte in die künftige Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden 2013, S. 429-444.
- SZ:** Erwin-Hymer-Stiftung eröffnet am 29. Oktober das Ewin-Hymer Museum. In: Schwäbische Zeitung. 26.08.2011. URL: http://www.schwaebische.de/region_artikel,-Erwin-Hymer-Stiftung-eroeffnet-am-29-Oktober-_arid,5123342_toid,86.html. (Zugriff: 10.08.2016).
- Tylor, Mark:** Museen in 25 Jahren. In: Gander, Robert/Rudigier, Andreas/Winkler, Bruno (Hg.): Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel. Bielefeld 2015, S. 85-96.
- Thiemeyer, Thomas:** Die Sprache der Dinge. Museumsobjekte zwischen Zeichen und Erscheinung. In: Stieglitz, Leo von/Brune, Thomas (Hg.): Hin und her. Dialoge in Museen zur Alltagskultur. Bielefeld 2015, S. 41-54.
- Thiemeyer, Thomas:** Die neue Präsenz der Museumsdinge. In: museums.ch 10 (2015), S. 10-17.
- Thiemeyer, Thomas:** Inszenierung und Szenografie. Auf den Spuren eines Grundbegriffs des Museums und s eines Herausforderers. In: Zeitschrift für Volkskunde 108 (2012), S. 199-214.
- Thiemeyer, Thomas:** Fortsetzung des Krieges mit anderen Mitteln. Die beiden Weltkriege im Museum. Paderborn u. a. 2010.
- Thiemeyer, Thomas:** Exhibition Design. In: UNStudio/HG Merz (Hg.): Buy Me a Mercedes-Benz. Das Buch zum Museum. Barcelona 2006, S. 294-571.
- Uerz, Gereon:** Übermorgen Zukunftsvorstellungen als Elemente der gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit. München 2006.
- US Public Interest Research Group (Hg.):** New Release. New Report Shows Mounting Evidence of Millennials' Shift Away from Driving. Washington, DC 2014. URL: <http://www.uspirg.org/news/usp/new-report-shows-mounting-evidence-millennials%E2%80%99-shift-away-driving> (Zugriff: 27.09.2016).
- Verband der Museen der Schweiz (Hg.):** Museumszukünfte. Wir haben die Wahl.

Zürich 2016.

Volk, Frank: Mercedes stellt alle Diesel-Pkw auf neueste Motorengeneration um. In: Automobil Produktion, 27.05.2016. URL: <https://www.automobilproduktion.de/technik-produktion/fahrzeugtechnik/mercedes-stellt-alle-diesel-pkw-auf-neueste-motorengeneration-um-103.html> (Zugriff: 01.10.2016).

Voßkamp, Wilhelm: Konstruktion des Möglichen und Machbaren. Wissenschaft und Technik in literarischen Utopien der Neuzeit. In: Heinen, Armin/Mai, Vanessa/Müller, Thomas (Hg.): Szenarien der Zukunft. Technikvisionen und Gesellschaftsentwürfe im Zeitalter globaler Risiken. Berlin 2009, S. 43-56.

Weidner, Daniel/Willer, Stefan: Fürsprechen und Vorwissen. Zum Zusammenhang von Prophetie und Prognostik. In: Dies. (Hg.): Prophetie und Prognostik. Verfügungen über Zukunft in Wissenschaften, Religionen und Künsten. München 2013, S. 9-22.

Wegener, Wolf: Deutschland schafft das Auto ab. Rosenheim 2012.

Wilharm, Heiner/Bohn, Ralf: Einführung. In: Dies. (Hg.): Inszenierung und Ereignis. Beiträge zu Theorie und Praxis der Szenografie. Bielefeld 2009, S. 9-45.

Zeitschrift für Zukunftsforschung (Hg.): Editorial. In: Zeitschrift für Zukunftsforschung 1 (2012), S. 2-3.

Internetseiten

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (Hg.): Mobilität 4.0 und die Zukunft des Fahrrads. Bremen 2016. URL: <http://www.adfc.de/> (Zugriff: 28.09.2016).

Blach Report. Museum (Hg.): Haus der Zukunft arbeitet in der Ausstellungsgestaltung mit ART+COM und facts and fiction zusammen. Dedenhausen 2016. URL: <http://www.museumsreport.de/ausstellungspraxis/haus-der-zukunft-arbeitet-in-der-ausstellungsgestaltung-mit-artcom-und-facts-and-fiction-zusammen.html#more-9640> (Zugriff: 15.06.2016).

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (Hg.): Zeit für #Mobilwandel. Berlin 2016. URL: <http://www.mobil-wandel.de/aktuelles/> (Zugriff: 23.09.2016).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hg.): Automobilindustrie. Branchenskizze. Berlin 2016. URL: <https://www.bmwi.de/DE/Themen/Wirtschaft/branchenfokus,did=195924.html> (Zugriff: 27.09.2016).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hg.): Strukturelle Entwicklungen.

2014. Berlin 2015. URL: <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Industrie/Industrienation-Deutschland/strukturelle-entwicklungen.html> (Zugriff: 03.06.2016).

Bundesverband CarSharing e. V. (Hg.): Aktuelle Zahlen und Daten zum CarSharing in Deutschland. Berlin 2016. URL: <http://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/carsharing-zahlen> (Zugriff: 02.10.2016).

Bundesverband eMobilität e.V. (Hg.): Braucht die Politik Nachhilfe? Berlin 2016. URL: <http://www.bem-ev.de/> (Zugriff: 28.09.2016).

Daimler AG (Hg.): Atrium. Events veranstalten. Stuttgart 2016. URL: <https://www.mercedes-benz.com/de/mercedes-benz/classic/museum/events-veranstalten-atrium/>. (Zugriff: 18.09.2016).

Daimler AG (Hg.): Car-To-X Kommunikation. Nicht länger Science Fiction. Stuttgart 2016. URL: http://www.mercedes-benz.de/content/germany/mpc/mpc_germany_website/de/home_mpc/passengercars/home/world/innovation/news/car_to_x.html (Zugriff: 11.09.2016).

Daimler AG (Hg.): Die Zukunft des Dieselmotors. Sparsamer und stärker, leichter und kompakter. Stuttgart 2016. URL: <https://www.daimler.com/innovation/neuer-dieselmotor.html> (Zugriff: 04.10.2016).

Daimler AG (Hg.): On the Road to Emission-free Mobility. Stuttgart 2009. URL: <http://media.daimler.com/marsMediaSite/de/instance/ko/On-the-Road-to-emission-free-Mobility-Mercedes-Benz-Motor-fu.xhtml?oid=9919368> (Zugriff: 20.09.2016).

Deutsches Museum (Hg.): Sonderausstellungen. Willkommen im Anthropozän – Unsere Verantwortung für die Zukunft der Erde. München 2014. URL: <http://www.deutsches-museum.de/de/ausstellungen/sonderausstellungen/anthropozan/> (Zugriff: 16.07.2016).

Deutsches Museum (Hg.): Verkehrszentrum. Museum und Forum für Verkehrsfragen. Zukunft im Museum. München 2016. URL: <http://www.deutsches-museum.de/verkehrszentrum/information/konzept/> (Zugriff: 13.05.2016).

Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Besucherinfo. Informationen zum Erwin Hymer Museum. Bad Waldsee 2016. URL: <https://www.erwin-hymer-museum.de/de/besucherinfo.html> (Zugriff: 31.08.2016).

glampen.de (Hg.): Glampen. Die glamouröse Art zu campen. Krefeld 2016. URL: <http://glampen.de/> (Zugriff: 12.09.2016).

Kulturamt Stuttgart (Hg.): Das neue Museum. Konzept. Stuttgart 2016. URL:

<http://www.stadtmuseum.stuttgart.de/stadtmuseum-stuttgart-konzept.html> (Zugriff: 29.09.2016).

Milla & Partner GmbH (Hg.): Sehnsucht Zukunft. Neuer Ausstellungsbereich im Erwin Hymer Museum. Stuttgart 2016. URL:

<http://www.milla.de/presseservice/sehnsucht-zukunft-neuer-ausstellungsbereich-im-erwin-hymer-museum> (Zugriff: 03.10.2016).

Moderne Industrie GmbH (Hg.): Mercedes stellt alle Diesel-Pkw auf neueste Motorengeneration um. Landsberg 2016. URL: <https://www.automobilproduktion.de/technik-produktion/fahrzeugtechnik/mercedes-stellt-alle-diesel-pkw-auf-neueste-motorengeneration-um-103.html> (Zugriff: 04.10.2016).

Museum of the Future (Hg.): Museum of the Future. Dubai 2016. URL: <http://www.museumofthefuture.ae/> (Zugriff: 18.07.2016).

Niesmann+Bischoff (Hg.): Smove. Die smarte Art zu Reisen. Polch 2016. URL:

<http://www.niesmann-bischoff.com/smove-die-smarte-art-zu-reisen/150/652/8209> (Zugriff: 11.09.2016).

Niesmann+Bischoff (Hg.): Über 30 Jahre Niesmann+Bischoff. Polch 2016. URL:

<http://www.niesmann-bischoff.com/historie/158/238> (Zugriff: 11.09.2016).

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.): Elektromobilität. Einigung auf Kaufprämie für E-Autos. Berlin 2016. URL:

<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2016/04/2016-04-27-foerderung-fuer-elektroautos-beschlossen.html> (Zugriff: 14.09.2016).

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.): Energiewende. Mobilität der Zukunft. Berlin 2016. URL:

https://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Themen/Energiewende/Mobilitaet/mobilitaet_zukunft/_node.html (Zugriff: 20.09.2016).

Segway Inc./KSR Group GmbH (Hg.): Über SEGWAY. Krems 2015. URL:

http://www.segway-pt.eu/index.php/about_segway_de_de.html (Zugriff: 12.09.2016).

Szenografie.de (Hg.): Studiengänge und Ausbildungen im Bereich Szenografie.

München 2016. URL: <http://www.szenografie.de/ausbildung.html> (Zugriff: 15.08.2016).

Umweltbundesamt (Hg.): Europäische Mobilitätswoche. Dessau-Roßlau 2016. URL:

<http://www.umweltbundesamt.de/europaeische-mobilitaetswoche> (Zugriff: 28.09.2016).

Verband der Automobilindustrie (Hg.): Forschung und Entwicklung. Deutsche

Automobilindustrie weltweit spitze. Berlin 2014. URL:
<https://www.vda.de/de/services/zahlen-und-daten/zahlen-und-daten-uebersicht.html> (Zugriff: 03.06.2016).

Verkehrsclub Deutschland e.V. (Hg.): Der VCD - Für eine umweltverträgliche, sichere und gesunde Mobilität. Berlin 2016. URL: <https://www.vcd.org/der-vcd/> (Zugriff: 16.09.2016).

WeltN24 GmbH (Hg.): Sci Fi Science. Reisen durch die Zeit. Berlin 13.07.2016. 00:08:19-00:11:22. URL:
<http://www.n24.de/n24/Mediathek/Sendungen/d/3195780/reisen-durch-die-zeit.html> (Zugriff: 14.09.2016).

Zukunftsinstitut (Hg.): Megatrendmap 2015. Frankfurt a.M. 2015. URL:
<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> (Zugriff: 20.07.2016).

Abbildungsverzeichnis



Abb. 1) Außenansicht Erwin Hymer Museum¹



Abb. 2) Prolog – Bilderstrom führt in die Ausstellung hinein



Abb. 3) Dauerausstellung – Reiseroute auf zwei Ebenen
Quelle: Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Das Erwin Hymer Museum. Die ganze Welt des mobilen Reisens. Bad Waldsee 2013, S. 11.



Abb. 4) Epilog – Abschluss der Reise im Globusraum
Quelle: Erwin Hymer Stiftung (Hg.): Das Erwin Hymer Museum. Die ganze Welt des mobilen Reisens. Bad Waldsee 2013, S. 107.



Abb. 5) Erste Blicke auf die Zukunft der Mobilität

³²⁶ Sofern die Abbildungen nicht anders gekennzeichnet sind, stammen die Aufnahmen von der Forscherin.



Abb. 6) Wegweiser führt ins Zukunftscockpit



Abb. 7) Bodengrafik und Blick auf das Hymercar



Abb. 8) Grenzen des musealen Erlebnis – Klettern verboten



Abb. 9) Erste Exponate am aufsteigenden Panoramagerüst

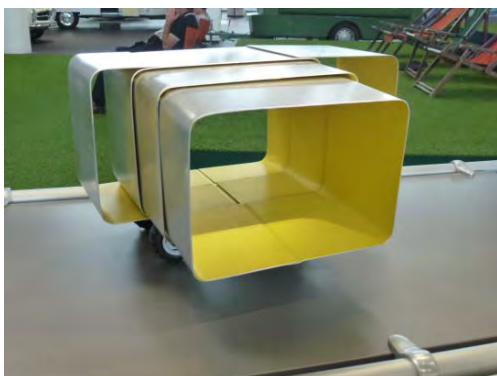


Abb. 10) Beispiel Fahrzeugmodell

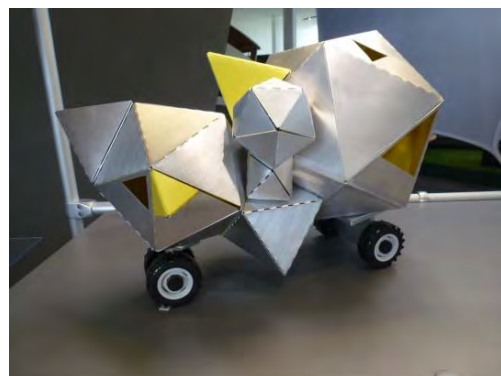


Abb. 11) Beispiel Fahrzeugmodell



Abb. 12) Zukünftige Mobilität unter Wasser



Abb. 13) Fokus zukünftiger Luftraum



Abb. 14) Wunsch nach Individualisierung

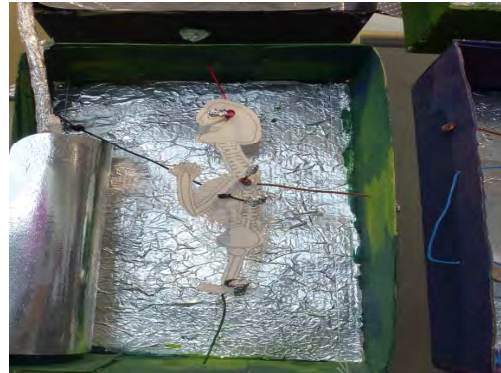


Abb. 15) Wohin wird uns die Vernetzung führen? Zwei Visionen

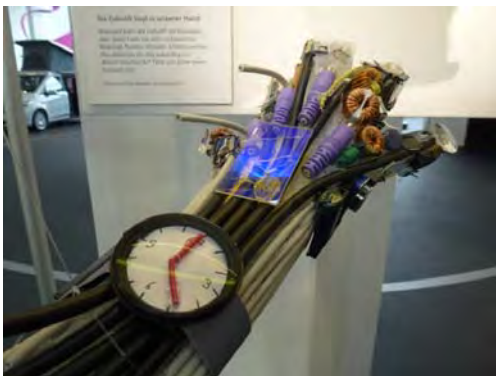


Abb. 15)



Abb. 16) Lebende Organismen im Plastikgehäuse



Abb. 17) Rote Markierungen zeigen Bildschirmverteilung am Panoramagerüst



Abb. 18) Fahrzeugstudie Smove von Niesmann+Bischoff



Abb. 19) Claymodelle helfen dabei die Zukunft zu entwerfen

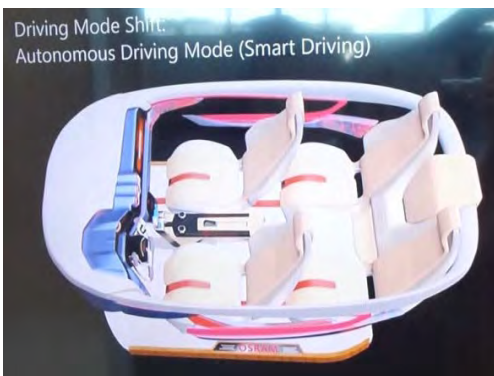


Abb. 20) Bildschirmfoto auswählen



Abb. 21) Das Monobike verspricht Spaß



Abb. 22) BMW Ease orientiert sich an Parkourläufer*innen

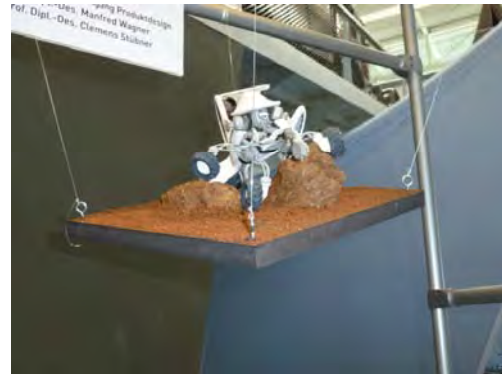


Abb. 23) Exo Drone zeigt Interesse an extraterrestrischen Planeten



Abb. 24) Honda_E_Monkey – E-Mobilität im Retrodesign



Abb. 25) Neue Exponate bewirken Farbwechsel der Panoramawand



Abb. 26) Einleitungstext des Zukunftsraums



Abb. 27) Einrahmende Texttafeln auf der linken Seite

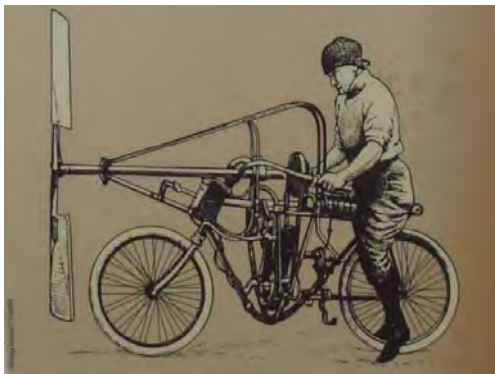


Abb. 28) Propellerfahrrad von Alessandro Anzani, um 1906



Abb. 29) Außenansicht Mercedes-Benz Museum
Quelle: <https://www.mercedes-benz.com/de/mercedes-benz/classic/museum/presse/>



Abb 30) Abstieg über die Rampe in den Mythosraum 6



Abb. 31) Schaukasten „Zukunft der Mobilität“

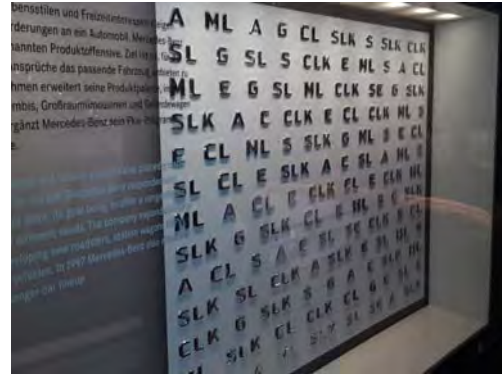


Abb. 32) Individualisierung zeigt sich in Produktoffensive

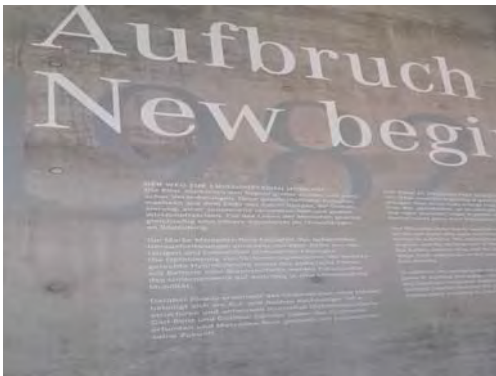


Abb. 33) Raumtext an der Kernwand



Abb. 34) Scheinbar schwebende Hochglanzpodeste



Abb 35) Dynamisch aufstrebende Rückwand



Abb 36) Epitome „Mobilität für alle“

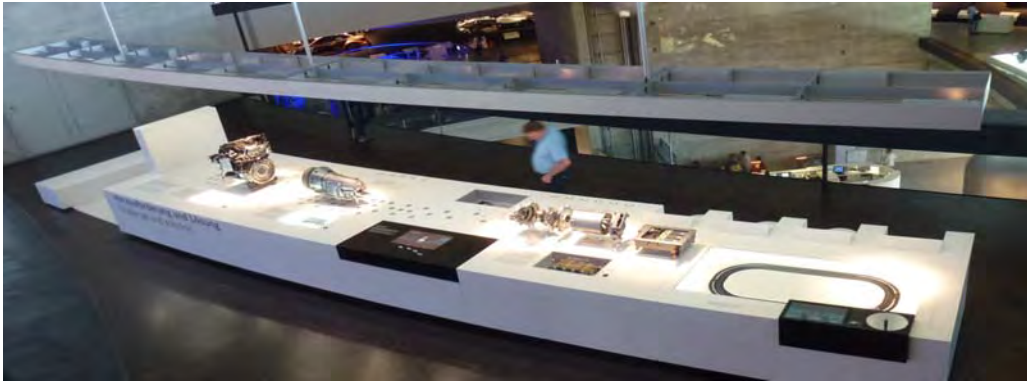


Abb. 37) Werkbank mit emissionsreduzierenden Antriebstechnologien



Abb. 38) Deckenhimmel mit unzähligen LED-Leuchten



Abb. 39) Fahrzeugaufdrucke als neue Zeigestrategie



Abb 40) Auto 2000 scheint nicht in Zukunfts-Inszenierung zu passen

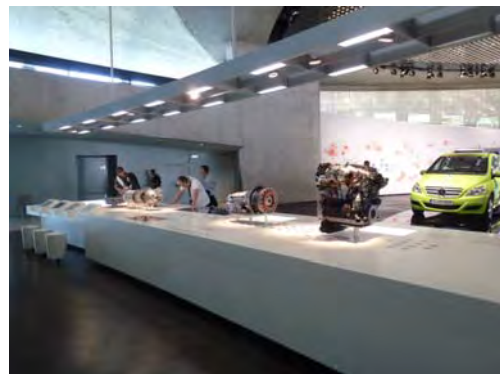


Abb 41) Topologie der Werkbank



Abb. 42) Inszenierung der Hybride-Strategie

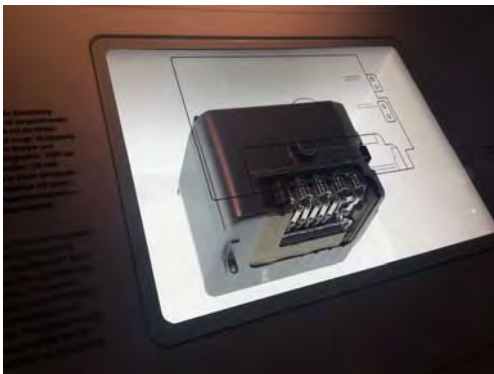


Abb. 43) Grafik beschreibt Einzelteile der Batterie



Abb. 44) Mobilitätskonfigurator als epistemischer Nachtrag



Abb 45) Batterie-Modell in Form einer Carrera Rennbahn



Abb 46) Hohe Bildschirmdichte an der Innovations-Zeitleiste



Abb. 47) Mikrokino über
Zukunftsforscher*innen

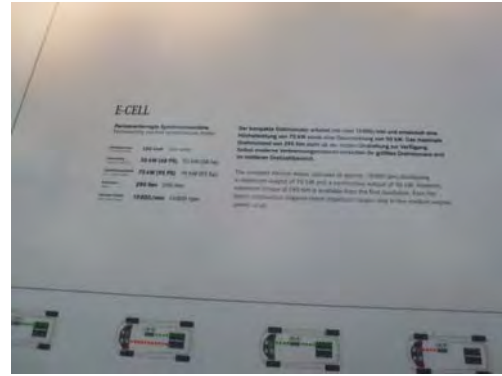


Abb. 48) Technikexponat-Text in Grau
und Schwarz

Gedächtnisprotokolle

Gedächtnisprotokoll 14.07.2016

Gespräch der Forscherin mit Susanne Rauss-Dangel (im Folgenden SRD abgekürzt), Leitung Museum Besucherservice, Erwin Hymer Museum, Bad Waldsee. Bei einem meiner Forschungsaufenthalte am 14. Juli 2016 kam ein informelles Gespräch mit SRD zustande.

Zunächst stellte ich mich ihr kurz vor und berichtete von meinem Forschungsvorhaben. Daraufhin verwies sie auf ein Zukunftssymposium im Erwin Hymer Museum im November 2016 mit dem Schwerpunkt Mobilität der Zukunft. Außerdem bemerkte sie gleich zu Anfang, dass sie denke, dass derzeit ein Umdenken bei den Museen stattfindet und viele die Notwendigkeit sehen, dass auch Zukunft ausgestellt werden müsse. Auch Museen müssen über die Vergangenheit hinaus weiterdenken und auch den Schritt „was kommt“ mit betrachten.

Nach dieser ersten Einschätzung erklärte mir SRD das grundlegende Konzept der Dauerausstellung, die besonderen Wert darauf legt Emotionen bei den Besucher*innen zu wecken. Dies war insbesondere dem Gründer Erwin Hymer ein wichtiges Anliegen bei der Planung des Museums. Diesem insgesamt „stimmigen Konzept“ schreibt sie zu, dass das Museum überwiegend positive Rückmeldungen bekommt.

Ausschlaggebend dafür, das Thema Zukunft in die Dauerausstellung aufzunehmen, waren überwiegend die ständigen Besucher*innen-Nachfragen, warum denn im Museum keine Neufahrzeuge ausgestellt würden. Bis vor einiger Zeit ging die Zeitspanne in der Ausstellung von den 1930er bis in die 1980er-Jahre. Vor allem die Besucher*innen die nicht wussten, dass das Erwin Hymer Museum kein Firmenmuseum ist sondern von einer gemeinnützigen Stiftung getragen wird, verstanden diesen Zeitausschnitt nicht. Immer wieder musste erklärt werden, dass hier keine Werksausstellung ist sondern sich diese zwei Kilometer weiter stadteinwärts in Bad Waldsee befindet. Außerdem fragten viele Besucher*innen konkret wie es in der Zukunft mit dem Thema Reisen weitergeht und was geplant sei. Diese Wünsche und Fragen wurden ernst genommen und daraus entstand die Zukunftsausstellung. Gleichwohl, so SRD, war man sich bewusst, dass das was heute passiert morgen schon wieder veraltet sein kann. Aber die Visionen behalten weiterhin Gültigkeit und sind „immer noch da.“ Deshalb wird derzeit von den

Ausstellungsmacher*innen überlegt, wie der Zukunftsraum angepasst werden könnte. Die nächste Schau wird in Richtung Hotels und E-Mobility gehen. Und aktuell sei geplant, so SRD, den Zukunftsraum ab dem 20.07.2016 umzubauen. Sie schlug mir vor dann wiederzukommen, um auch den neuen Raum anzuschauen und eventuell in die Analyse mit einfließen zu lassen. Falls ich dies vorhätte, sollte ich am besten zum Sommerfest am 13. und 14. August 2016 kommen: „Da erleben Sie das lebende Museum. Dieses Jahr ist unser Schwerpunkt „Route 66“. Solche Sonderausstellungen oder Events machen wir zwei bis drei Mal im Jahr, immer mit anderen Schwerpunkten.“

Zu den Rückmeldungen zur ersten Zukunftsausstellung berichtete SRD, dass einige Besucher*innen sich positiv zum Raum geäußert hätten und es „toll finden, dass Hymer dieses Thema angeht.“ Allerdings gibt es natürlich auch welche die sagen, „dass sie sich noch mehr erhofft und erwartet haben, sie wollten noch mehr erfahren.“ SRD konnte diese enttäuschten Erwartungen gut nachvollziehen, „aber da muss man am Anfang einer solchen Ausstellung auch erst mal abwarten und erfahren, was der Besucher will.“

Zu den Exponaten der ersten Zukunftsausstellung schilderte SRD, dass einige Pflanzen kaputt gegangen sind, da im Ausstellungsraum trotz der großen Fenster nicht genügend Sonnenlicht ankommt. Sie machte mich darauf aufmerksam, dass der bepflanzte Wohnwagen im Außenbereich des Museums sich auf die Zukunftsausstellung bezieht. Als „nachwachsendes Modell“ können ihn die Besucher*innen betreten und seine Blumen im Inneren mit einer Gießkanne bewässern. In den vergangenen Jahren wurde er auch mal eingestrickt oder bunt bemalt.

Meine Frage, ob das Zukunftscockpit auch bei der neuen Zukunftsausstellung fester Bestandteil der Inszenierung sei, bejahte SRD: „Dies bleibt sicher fester Bestandteil, so wie unsere anderen Sehnsuchtsorte wie Muschel, Turban etc. auch. Ob wir später eine andere Programmierung oder Modifikation durchführen, wissen wir derzeit noch nicht. Wir müssen erst einmal beobachten, ob der Besucher das annimmt.“ Der Fokus liege bei der nächsten Schau nicht mehr auf den Konzepten und Ideen von Schüler*innen, sondern bei Studierenden aus technischen Fachbereichen. „Ungefähr zwei bis drei Mal im Jahr planen wir, immer mal was Neues im Zukunftsraum zu zeigen.“

Gedächtnisprotokoll 09.09.2016

Telefongespräch der Forscherin mit Susanne Rauss-Dangel (SRD), Leitung Museum Besucherservice, Erwin Hymer Museum, Bad Waldsee.

SRD teilte mir mit, dass sie mir die Rückmeldungen der Besucher*innen nicht übermitteln könne. Auf meine Frage nach den relativ vielen negativen Rückmeldungen zur ersten Zukunftsausstellung¹ erklärte SRD, dass die Besucher*innen nicht die Qualität der Ausstellung per se schlecht fanden sondern, dass sie „einfach andere Erwartungen hatten, von etwas noch nie Dagewesenem.“

Indirekte Rückmeldungen könne man, laut SRD, im Besucher*innenbuch des Museums finden. Dort hatte es seit der Museumseröffnung 2011 immer wieder den Wunsch nach einer Zukunftsausstellung gegeben. Seit diese im März 2016 eröffnet wurde sei der Wunsch in den Büchern verschwunden.

Auf die Frage nach Highlightexponaten der Zukunftsausstellung verwies sie auf die Inszenierung mit dem noch unfertigen Claymodell. Die Claymasse regte die Besucher*innen dazu an, das zugehörige Werkzeug abzuschrauben und damit selbst die Claymasse zu modellieren. Dadurch bröckelte der Clay auf den Boden und musste dann in aufwendigen Reinigungsverfahren wieder gesäubert werden. Die Schwierigkeit liege für die Besucher*innen darin, zu unterscheiden an welcher Stelle im Museum man mitmachen und etwas anfassen darf und wo nicht. Nach einigen Beschädigungen der Inszenierung und darauffolgenden Reparaturen ist das Arrangement nun mit einem großen "Bitte nicht berühren"-Schild versehen.

Ein weiteres Highlightexponat des Museums, das den Gedanken einer nachhaltigen Mobilität der Zukunft verkörpere, sei der vor dem Museumseingang positionierte Wohnwagen mit Stahlrohrrahmen. Im Inneren wurde er mit Blumen bepflanzt und ist „mittlerweile total zugewachsen – ein echter Fotostar geworden.“ Sogar ein Filmteam, das vor kurzer Zeit eine Reportage über das Museum drehte, sprach in Anlehnung auf diese Inszenierung von „Blümer anstatt Hymer.“

¹ Diese Information bekam ich bei einer öffentlichen Führung im Museum am 13.08.2016.

Anti-Plagiats-Erklärung

Name Meyer
Vorname Jessika
Matrikel-Nummer 3443350
Adresse Bergstaffelstraße 31, 70329 Stuttgart

Hiermit versichere ich, die Masterarbeit mit dem Titel:

„Zukunft ausstellen. Museale Inszenierungen der Mobilität von morgen“

im **Wintersemester 2016/17** bei Prof. Dr. Thomas Thiemeyer und Dr. Karin Bürkert **selbständig und nur mit den in der Arbeit angegebenen Hilfsmitteln verfasst zu haben.**

Mir ist bekannt, dass ich alle schriftlichen Arbeiten, die ich im Verlauf meines Studiums als Studien- oder Prüfungsleistung einreiche, selbständig verfassen muss. Zitate sowie der Gebrauch von fremden Quellen und Hilfsmitteln müssen nach den Regeln wissenschaftlicher Dokumentation von mir eindeutig gekennzeichnet werden. Ich darf fremde Texte oder Textpassagen (auch aus dem Internet) nicht als meine eigenen ausgeben. Verstoße ich gegen diese Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens, gilt dies als Täuschungs- bzw. Betrugsversuch und zieht entsprechende Konsequenzen nach sich. Im mindesten Fall wird die Leistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die betreffende Person darüber hinaus vom Ablegen weiterer Prüfungsleistungen ausschließen (vgl. § 10 Abs. 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelor- und Masterstudiengang EKW vom 20.9.2006 bzw. § 10 Abs. 4 der Magisterprüfungsordnung der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften vom 18.4.1996).

Datum: 16.10.2016

Unterschrift: 