

Barbara  
Wenk

## Verzauberte Vitrinen in der Museumswelt? – Alltagswelten in Schaufenstern: vom Schau- Katalog zur Schau-Sammlung zum Boulevard

Amazed I pass  
From glass to glass  
Deloighted I survey'em  
Fresh wondthers grows  
Before me nose  
In this sublime Musayum!<sup>1</sup>

Die Reaktion auf den Vitrinenzauber der »Great Exhibition 1851«, wie der englische Dichter Thackeray sie durch den Mund seiner literarischen Figur – Mr. Malony – sprechen lässt, verweist auf die assoziative Nähe zwischen den mit neusten Waren und Techniken gefüllten Vitrinen der temporären Jahresausstellungen und den mit prächtigen Objekten gefüllten Vitrinen der Museen des ausgehenden 19. Jahrhunderts. Wie Andrea Witcomb in »Re-making the Museum. Beyond the Mausoleum« beschreibt, sind in dieser Zeit tatsächlich viele Präsentationsideen und Ausstellungsformen von den großen Jahresausstellungen ins Museum und von da später wiederum in die anfangs des 20. Jahrhunderts entstehenden großen Kaufhäuser der Metropolen »gewandert«. Wie sie an einigen Beispielen weiter ausführt, spielten dabei vor allem die sich neu entwickelnden kulturellen Praktiken des Sehens, des Konsumierens und des Reisens – sei es als Bewegung zwischen zwei Orten oder als »flanieren« in der (Geschäfts-)Straße – eine Rolle, so dass Grenzen zwischen Museumsarrangement in Vitrinen und Verkaufsangebot in Schaufenstern durchlässig wurden: Vitrinen wurden zu Schaufenstern und Schaufenster wurden zu Vitrinen.<sup>2</sup>

In meinem Beitrag möchte ich dieses Gedankenspiel aufnehmen und anhand von drei aktuellen Ausstellungsbeispielen der Frage nachgehen, wie heute dieses Wechselspiel zwischen »Museumsvitrine« und »Schaufenster« in der Zeit der Massenmedien, der Konsumtempel und der Pauschalreisen für das Ausstellen von Technik genutzt wird.

---

<sup>1</sup> Voller Staunen gehe ich/ von Glas zu Glas /entzückt betracht' ich sie/ neue Wunder wachsen/ vor meiner Nase/ in diesem sublimen Museum! (Eigene Übersetzung)

<sup>2</sup> Weitere Ausführungen dazu im Teilkapitel »Close Encounters« in: *Andrea Witcomb: Re-making the Museum. Beyond the Mausoleum*. New York 2003, S. 18-26.

Im Zusammenhang meiner konzeptionellen Mitarbeit an der Sonderausstellung »prime time – 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz« (2003) am Museum für Kommunikation in Bern habe ich mit Vitrinen als Schaufenstern auf einem Boulevard gearbeitet. Davon ausgehend ist mir aufgefallen, dass in aktuellen Dauerausstellungen an zwei weiteren Museen mit technischen Sammlungen ebenfalls mit Vitrinen als Schaufensterfront gearbeitet wurde: in »The Making of the Modern World« (2000) am Science Museum in London und in »medien.welten« (2003) am Technischen Museum Wien.

In diesem Aufsatz möchte ich daher untersuchen, inwiefern diese Vermittlungsform des Schaufensters aktuelle Konsum- und Rezeptionsformen der Populärkultur aufnehmen kann und inwiefern sich daraus für die heutige Zeit moderne, sich vermehrt ebenfalls an einem kulturwissenschaftlichen und somit interdisziplinären Technikverständnis orientierende Formen des Ausstellens entwickeln lassen. Anhand der drei ausgewählten Ausstellungsbeispiele lassen sich diesbezüglich drei wichtige Punkte erläutern.

In letzter Zeit wird in einzelnen Ausstellungen zu Technik immer öfters von einem traditionellen Technikverständnis, welches vorwiegend die mechanisch-materiellen Seiten der Technik betont und eine progressive, fortschrittsgeleitete Sichtweise auf Technik favorisiert, Abstand genommen. Stattdessen wird vermehrt die »Kultürlichkeit« der Technik, d. h. das wechselseitige Verhältnis von Mensch und Technik, dessen Aushandlung und dessen Ausprägungen als Teil einer kulturellen Leistung ins Gesichtsfeld gerückt.<sup>3</sup> Dies führt zu einem erweiterten Technikverständnis, das neben den natur- und ingenieurwissenschaftlich geprägten Sichtweisen ebenfalls kulturwissenschaftliche Perspektiven miteinbezieht und somit interdisziplinäre Herangehens- und Vermittlungsweisen von technischen Objekten in Museen ermöglicht.

Für die folgende Untersuchung ist diese Ausgangslage insofern interessant, als dass in allen drei Ausstellungsbereichen, in denen die Vermittlungsform des Schaufensters gewählt wurde, ebenfalls die Absicht bestand, einen bewussten Bezug zwischen Technik und Alltag herzustellen: In den »medien.welten« in Wien bildet ein riesiges Schaufenster am Kopfende des Raumes, bebildert mit zeitgenössischer Werbung und gefüllt mit technischen Massenkongsgütern, welche die Entwicklung der Vielfalt in Anwendungsmöglichkeiten und Design der letzten 50 Jahre illustrieren, den Abschluss der Ausstel-

---

<sup>3</sup> Zum Begriff »Kultürlichkeit« der Technik und einem damit verbundenen »Plädoyer für eine Kulturwissenschaft der Technik«, vgl. *Thomas Hengartner/ Johanna Rolshoven: Technik – Kultur – Alltag*. In: Diess. (Hg.): *Technik-Kultur*. Zürich 1998, S. 17-51, hier S. 36.

lung. In »The Making of Modern World« in London stellt eine lange Reihe von hohen, großen Vitrinen, gefüllt mit technischen und nicht-technischen Alltagsgegenständen, eine von drei parallel laufenden Linien dar, welche die Wissenschaftsentwicklung, respektive die erfinderischen Highlights, respektive die Alltagsentwicklung jeweils in Bezug zu Technik und Wissenschaft der letzten 100 Jahre dokumentieren. Und in »prime-time: 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz« in Bern<sup>4</sup> führt die Ausstellung gleich im Eingangsbereich durch einen »Boulevard«, in dem die Vitrinen als Schaufenster verschiedener Geschäfte gestaltet sind, in denen dann technische (End-)Geräte aus dem Umfeld des Fernsehens neben anderen Konsumartikeln ausgestellt werden.

Im Folgenden interessieren mich zwei Fragen, eine auf Inhalte bezogen, die andere auf die Präsentation bezogen. Erstens, wie werden die gezeigten Objekte konkret mit »Alltag« in Bezug gesetzt; welche Konzepte von »Technik« und »Alltag« werden dabei verwendet? Zweitens, wie wird mit der populären Vermittlungsform der Schaufenster gearbeitet; inwiefern werden die Vitrinen tatsächlich zu Schaufenstern oder zu Boulevards? Dabei interessieren mich die Bezüge zwischen den gewählten Konzepten und Vermittlungsformen und den inhaltlichen Aussagemöglichkeiten, speziell hinsichtlich ihres jeweiligen Vermittlungspotentials von Sichtweisen auf Technik, welche von einem oben ausgeführten interdisziplinären Technikverständnis geprägt sind. Wie wurden der Alltagsbezug und die populäre Darstellungsform des Schaufensters jeweils für die Vermittlung von Technik ausgenutzt? Was sind Stärken, was sind Schwächen des jeweils definierten Technik-Alltagsbezugs und der gewählten Vermittlungs- und Darstellungsform? Welche Sichtweisen auf Technik werden ermöglicht, welche erschwert?

### *Technik im Alltag als Kontrast zu »Cutting Edge-Technology«*

In der Londoner Ausstellung »Making the Modern World« stehen die in den Schaufenstern gezeigten Objekte in einem starken Bezug zur gesamten Ausstellung. Die einer Entwicklungslinie (rechts) entlang gezeigten Objekte aus dem Alltag stehen parallel zu einer Entwicklungslinie von Objekten aus einem Technik- und Wissenschaftsalltag (links) und einer Entwicklungslinie von »meilensteinartigen« Großobjekten (Mitte). Sie

---

<sup>4</sup> Die Sonderausstellung dauerte vom September 2003 bis Juli 2004, ist also nicht mehr zu besichtigen. Der Einfachheit halber verwende ich im Text trotzdem die Präsensform.



Abb. 1: Eingangssituation »Making the Modern World«, Science Museum, London. Foto: B. Wenk.

sollen zeigen, dass die Technik und die technische Entwicklung ebenfalls Einfluss auf Objekte aus verschiedenen Bereichen des Alltags hatte: »These displays are intended to print the broadest picture of technology in each period, and to show how it permeated and affected life.« Die im »Boulevard« gezeigten Objekte, »manu-factured items which rely on Technology and Science«<sup>5</sup>, die wir bei unseren alltäglichen Routinen regelmäßig gebrauchen, sollen von einem weiteren, alltagsbezogenen Technikbegriff ausgehend ausgestellt werden, um somit einen Bezug zu den Besuchern und Besucherinnen und deren Interessen herzustellen: »This display, called, perhaps playfully, an ethnography of machines is, to some extent a commentary on the technology of everyday life. [...] The extension of the concept of technology to encompass a broad range of manu-factured items also helps us to engage with a wider range of visi-

<sup>5</sup> Beide Zitate aus dem Einleitungstext »Technology in Everytime Life, Displays 1950-2000« in der Ausstellung »Making of Modern World« (2000), Science Museum, London.

tors with their own particular enthusiasms and special interests.«<sup>6</sup> (Abb. 1) Von dieser Absicht der Ausstellungsmacher ausgehend ist es für mich sehr interessant, von welchen Alltagskonzepten – den ehemaligen Verwendungskontexten, aber auch dem Alltag der BesucherInnen – dabei ausgegangen wird. Welcher Alltag, wessen Alltag wird über die gezeigten Objekte als »unser Alltag« definiert? Es wird zwar eine große Vielfalt an Alltagsgegenständen gezeigt, stelle ich mir jedoch als Betrachterin die jeweiligen Benutzer und Benutzerinnen und wie die gezeigten Objekte in ihrem Alltag genutzt wurden vor, so fällt auf, dass die gezeigten Objekte wohl primär von privilegierten, gebildeten und tendenziell männlichen Benutzern in ihrem Alltag verwendet worden sind. Dies ist am deutlichsten in den Schaufenstern zum Zeitraum von 1750 bis 1939 zu sehen: die gezeigten Geräte stammen zu einer großen Zahl aus Labors, Studierstuben, Kaufmannsstuben und Arztpraxen; andere Alltagsgegenstände konnten vielleicht in den Wohnzimmern oder Küchen der Oberschicht gefunden werden. Vergeblich suche ich nach Objekten, wie sie zum Beispiel von Schiffsleuten, den Fabrikarbeiterinnen, den Eisenbahnmechanikern oder den Bäuerinnen in ihrem Alltag verwendet worden sind. Über solche Objekte hätte der eigentlich ebenfalls intendierte Bezug zwischen den Objekt-Ikonen der Mittellinie (z. B. Dampfschiffmotor, Fabrikwebstühle, Lokomotiven, Erntemaschinen) und den Objekten des »Alltags« tatsächlich hergestellt werden können. (Abb. 2)

Dieser Eindruck, dass die Objekte aus sehr partiellen und selektiven Alltagsbereichen stammen, nimmt zwar in den Schaufenstern in Richtung Jahr 2000 ab, dies hat jedoch meiner Meinung nach damit zu tun, dass in diesem Zeitraum die Technik im Alltag generell präsenter, vielfältiger, für ein immer größeres Publikum zugänglich und später selbstverständlich geworden ist. Dies bewusst zu thematisieren, wäre für einen Alltagsbezug sicher spannend gewesen.

Von der Darstellung und Anordnung in den Schaufenstern her wird dieser Eindruck einer sehr verallgemeinernden, elitären, wissenschaftlichen Alltagsdefinition nochmals verstärkt. Die Inszenierung ist sehr einfach, weiß und steril, die Objekttexte kaum zu sehen. In jedem Schaufenster wird ein zeitgenössisches Ordnungssystem verwendet, wie zum Beispiel dasjenige von Denis Diderot für die Encyclopédie oder dasjenige von Lyon Playfair für die Great Exhibition 1851, was im jeweiligen Vitrinentext auch jeweils ausführ-

---

<sup>6</sup> Aus: The Making of the Modern World: A Cultural History of Industrialization. Status Report July 1997, Science Museum London.



Abb. 2: Schaufenster mit Alltagsobjekten in »Making the Modern World«, Science Museum, London. Foto: B. Wenk.

lich erklärt wird. In diesen für die Anordnung der Objekte verwendeten Ordnungssystemen spielen vor allem theoretische und abstrakte Objektkategorien, wie zum Beispiel Erinnerung, Vernunft, Vorstellung, wie Orte/Arbeit, Volk/Arbeit, Arbeit/Volk etc. oder Kategorien zum Herstellungsmaterial oder den Herstellungstechniken eine Rolle.<sup>7</sup> Durch die Wahl dieser abstrakten Ordnungssysteme wird hier der Zugang zum Alltag über die Präsentation gleich nochmals erschwert.

Zusammenfassend gesehen, werden in den Schaufenstern technikverwandte Objekte aus ganz bestimmten, aber nur sehr partiellen Alltagsbereichen als »Objekte aus unserem Alltag« gezeigt. Die Inszenierung erinnert weniger an

<sup>7</sup> Ein Schaufenster, in dem die Objekte nach zeitgenössischen Versand- oder Verkaufskatalogen angeordnet sind, hätte da wohl mehr Auskunft über die Verwendung der Objekte im zeitgenössischen Alltag gegeben; resp. gewisse als »Objekte des Alltags« gezeigten Objekte wären darin wohl gar nicht aufgetaucht.



Abb. 3: Abschließende Schauvitrine mit technischen Geräten in »medien.welten«, Technisches Museum, Wien. Foto: B. Wenk.

Schaufenster als an dreidimensionale Kataloge, welche nach sehr abstrakten Systemen geordnet sind. Dies führt dazu, dass die Menschen, welche die gezeigten Objekte in ihrem Alltag benutzt und verwendet haben, gänzlich verschwinden. Für die Besucher und Besucherinnen ist es meiner Meinung nach dadurch sehr schwierig, einen Bezug zu den Objekten herzustellen, da diese zu einem großen Teil nicht aus ihrem Alltag stammen und die Ordnungssysteme, welche eigentlich eine Hilfe bei der Kontextualisierung sein sollten, zusätzlich sehr alltagsfern und abstrakt sind. Diese Schaufensterzeile im Science Museum ist für mich ein Beispiel, welches für sich zwar einen Alltagsbezug beansprucht, diesen jedoch für die Besucher und Besucherinnen nicht einlösen kann, weil die Ausstellungsmacher von einem sehr vereinheitlichenden, elitären und für viele wohl alltagsfremden Alltagsbegriff ausgegangen sind und diesen durch die steril wirkende Inszenierung nach einem abstrakten Ordnungssystem noch verstärkt haben.

*Technik als (multifunktionales) Massen-Produkt*

In den »medien.welten« am technischen Museum in Wien findet der Alltagsbezug der in einem großen Schaufenster gezeigten technischen Geräte über die technischen Funktions- und Einsatzmöglichkeiten und die zunehmende Verbreitung von Speicher- und Übertragungsmedien im Alltag statt: Im Gegensatz zu den Medientechniken und technischen Geräten, die in den beiden vorangehenden Ausstellungsflügeln ausgestellt sind, werden in der abschließenden Schauvitrine technische Geräte gezeigt, die ab Mitte des 20. Jahrhunderts durch zunehmende Ausdifferenzierung in Funktionsweisen und Design entwickelt und in Massenproduktion hergestellt wurden und somit für ein immer größer werdendes Publikum zugänglich und erschwinglich waren.<sup>8</sup> (Abb. 3)

Von der Anordnung her ist die Vitrine, wie auch der Rest der Ausstellung entlang einer imaginären Trennlinie in die beiden Funktionen »speichern« und »senden« getrennt. Im linken Teil der Vitrine befinden sich Speichermedien und im rechten Teil der Vitrine befinden sich Übertragungsmedien in ihrer jeweiligen Entwicklung. In der Mitte der Vitrine treffen sich diese beiden Funktionen in digitalen Medien, welche zunehmend multifunktional werden. Für die Beschriftung der Geräte interessiert jeweils die Bezeichnung, die Marke und das Modell.

Dieser Alltagsbezug über Funktionen, Anwendungsbereiche und Design wird jedoch nirgends im oder beim Schaufenster weiter erläutert und ich frage mich, ob dieser dadurch für die BesucherInnen so nachvollziehbar ist, dass sie die Objekte mit ihrem Alltag in Bezug setzen können. Dasselbe gilt für mich hinsichtlich der über dem Schaufenster verlaufenden Zeitlinie mit Reklamebeispielen zu einzelnen Objekten, welche rein illustrativ wirken.

Speziell an diesem Schaufenster in den »medien.welten« ist jedoch, dass es als reales Schaufenster mehreren virtuellen Schaufenstern in einer virtuellen Geschäftsstraße<sup>9</sup>, die über einen Computerterminal abrufbar sind, an die Seite gestellt wird. An einer Computerstation in der Ecke links des Schaufensters können verschiedene Geräte, Computersoftware und vor allem auch Computerspiele in den Vitrinen von »virtuellen Geschäften« der 1970er, 80er, 90er und 2000er Jahre betrachtet und dann, nach dem »Betreten« des Geschäfts und der Auswahl, ausprobiert, bzw. gespielt werden. Was die Anwendung

<sup>8</sup> Angaben aus dem Projektbericht zu »medien.welten«, Technisches Museum Wien, Januar 2003, S. 43 f.

<sup>9</sup> Begriffe siehe ebd., S. 5.



Abb. 4: Virtuelle, interaktive Schaufensterzeile in »medien.welten«, Technisches Museum, Wien. Foto: B. Wenk.

und eine weitere Kontextualisierung der Objekte im Alltag angeht, findet – auf die Computertechnik bezogen und rein virtuell – am Computerbildschirm anhand eines Softwareprogramms statt. (Abb. 4)

In der Wiener Ausstellung »medien.welten« bleiben trotz der imposanten Inszenierung die in dem riesigen Schaufenster ausgestellten Objekte aufgrund der Konkurrenz der Multimediastationen gleich nebenan und auch in der Mitte des Raumes stark im Hintergrund. Da der Alltagsbezug über die Gerätefunktionen und das Gerätedesign sehr abstrakt definiert wurde, fällt es schwer, einen Bezug zu den ausgestellten Objekten herzustellen.

Die Annäherung an die in den »virtuellen Schaufenstern« ausgestellten »Objekte« gestaltet sich schon einfacher, da sie medial ermöglicht wird und auch ein Minimum an auf Technik basierender Interaktivität bietet. Meiner Meinung nach wurde es von den Ausstellungsmachern jedoch verpasst, wirklich einen sichtbaren Bezug zwischen Inhalten der Multimedia-Stationen und den Objekten herzustellen. Dadurch besteht eine starke Trennung zwi-

schen der Annäherung an die virtuellen Objekte der Computerstation und der Annäherung an die realen Objekte im Schaufenster, wobei die erstere von den MuseumsbesucherInnen klar bevorzugt wird. Das Einmalige am Museumsbesuch, die Auseinandersetzung mit den Originalobjekten wird dadurch zu stark konkurrenziert und rückt somit in den Hintergrund.

### *Technik im Alltag als Konsumgut*

In der Berner Ausstellung »prime-time: 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz« (2003) wird der Bezug zum Alltag sehr direkt über den Konsum, das heißt den Konsum von technischen und nicht-technischen Massengütern und über die Inszenierung in einer für heute typischen Konsumsituation hergestellt. Im Eingangsbereich der Ausstellung sind technische Empfangsgeräte aus dem Bereich Fernsehen und andere technische Geräte einer Straßenzeile entlang einer von heute bis in die 1950er Jahre zurückgehenden Zeitlinie in vier Radio- und Fernsehgeschäften als »Konsumartikel« inszeniert. Das heißt, die Vitrinen werden durch den zeitgenössischen Dekor und die entsprechende Reklame, aber auch durch die Beschriftungen zu Schaufenstern eines »Boulevards«. (Abb. 5) Dieser Eindruck wird verstärkt durch weitere zeitgenössische Geschäfte, wie Papeterie, Sportgeschäft, 3.-Welt-Geschäft, Plattengeschäft und Fitnesscenter, in denen weitere nicht-technische Objekte als typische Konsumartikel der jeweiligen Zeit ausgestellt werden. Die technischen Objekte in den Radio- und Fernsehgeschäften sind jeweils mit Legenden angeschrieben, welche Angaben zur Produktbezeichnung, Marke und Modell und zum zeitgenössischen Preis beinhalten, und somit als Preisschilder fungieren. Dieser Aspekt wird durch ihr zeittypisches Design verstärkt. Über die Geschäftsnamen und die in den Schaufenstern ausgestellte Reklame besteht zudem die Möglichkeit, die Dreisprachigkeit der Schweizerischen Kultur auch im Konsumieren zu thematisieren. Reflektionen zu alten, wieder aufkommenden Konsumgütern, zu Material- und Preisentwicklung, aber auch zu Design und Präsentationsformen, und vor allem Reflexionen zu Entwicklungen im HiFi-Bereich werden somit möglich. Dadurch verschwimmt die Unterscheidung zwischen Ausstellungsobjekt und Konsumobjekt – sowie die Unterscheidung zwischen dem Museumsbesuch als Betrachten und dem Einkaufen im heutigen Alltag als Konsumieren. (Abb. 6)

Diese Form der Inszenierung der technischen Objekte in Schaufenstern orientiert sich stark an der Realsituation des Konsumierens im Alltag und der Inszenierung von Massenwaren in Schaufenstern einer Geschäftsstraße. Die



Abb. 5: Schaufensterzeile in »prime-time: 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz«, Museum für Kommunikation, Bern. Foto: B. Wenk.



Abb. 6: Zeitgenössisch gestaltetes Schaufenster mit Ausstellungsobjekten als Konsumartikel in »prime-time: 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz«, Museum für Kommunikation, Bern. Foto: B. Wenk.

Schwierigkeit besteht jedoch darin, dass diese Inszenierung schon fast zu real ist und somit den Bezug zu den Objekten wieder erschwert. Die gerade Linie ohne Unterbrechung veranlasst die BesucherInnen ziemlich schnell an den Vitrinen vorbeizugehen, vor allem dann, wenn die aus unserem Alltag vertrauten Objekte gleich am Anfang als zu vertraut gesehen werden. Hier erleben wir die Schwierigkeit, die BesucherInnen zur Auseinandersetzung mit dem Alltäglichen anhand von historischen Originalobjekten anzuregen. Hier stellt sich die Frage, mit welchen Mitteln dies zu erreichen wäre: über mehr Textinformation oder eher über die Gestaltung oder Brüche in der Anordnung der Objekte?

*Schaufenster auf Konsumgüter – Blick auf den alltäglichen, unspektakulären Umgang mit Technik?*

Die drei besprochenen Ausstellungsteile stellen für mich drei Versuche dar, mittels der an die Populärkultur angelehnten Metapher des Schaufensters oder des Boulevards neue Ausstellungsweisen von technischen Objekten zu erproben, welche von einem erweiterten und interdisziplinären Technikbegriff ausgehen und den Umgang mit Technik in unserem Alltag zu reflektieren versuchen.

Wie ich anhand des Beispiels aus »Making of Modern World« am Science Museum in London zeigen konnte, genügt es nicht, Objekte aus dem Umfeld der Technik und der technologischen Entwicklung als Alltagsobjekte zu zeigen, sondern der zu verwendende Alltagsbegriff muss kritisch hinterfragt und hinsichtlich Thematisierung und Einflüssen auf die Umsetzung in der Inszenierung weiterentwickelt werden.

In der Dauerausstellung »medien.welten« wird das in dem Sinne eingelöst, indem der Alltagsbegriff sehr stark an den technischen Funktionen und ihren Möglichkeiten im Alltag festgemacht wurde. Von der Umsetzung her wird so auf medialer Ebene ein virtueller Ausstellungsteil geschaffen, der es im Bereich des abschließenden Schaufensters den BesucherInnen erlaubt, die Schaufensterstraße wenigstens virtuell zu betreten und dort mit den virtuellen Objekten zu interagieren. Dies birgt jedoch die Gefahr, dass die virtuelle Welt und die Welt der realen Objekte zu getrennt bleiben und die Originalobjekte in den Hintergrund treten.

In der Sonderausstellung »prime time – 50 Jahre Fernsehen in der Schweiz« werden die technischen Originalobjekte als Konsumgüter ins Zentrum gestellt, mit anderen Konsumgütern und Reklame ergänzt und in zeitgenössischem Schaufensterdekor ausgestellt. Hier zeigt sich jedoch, dass diese

populäre Ausstellungsform fast wieder zu nahe am aktuellen Konsum-Alltag von BesucherInnen ist, als dass ein reflektierter Zugang zu den technischen Objekten ermöglicht wird.

Meiner Meinung lässt sich anhand dieser drei Ausstellungsbeispiele zeigen, dass beim Versuch, Technik von der inhaltlichen Herangehensweise, aber auch der Vermittlungsweise (hier am Beispiel der Schaufenster) alltagsbezogener auszustellen, die Hauptschwierigkeit darin besteht, das Alltägliche an den ausgestellten technischen Objekten so sichtbar zu machen, dass es die BesucherInnen trotz der vermeintlichen »Unspektakularität« und der vielfach fehlenden »Exotik« zur Reflexion eben dieses Alltäglichen an der Technik anregt.

Es hat sich gezeigt, dass die populäre Vermittlungsform des Schaufensters je nach verwendetem Alltagsbegriff oder Alltagsbezug ganz unterschiedlich gestaltet werden kann und der Zugang zu den technischen Objekten somit erschwert oder erleichtert wird. Zusätzlich kann die Darstellungsform der Vitrine als Schaufenster für die Kontextualisierungsmöglichkeiten und die Rezeption fördernd, jedoch auch verwirrend sein. Dies ist nicht weiter erstaunlich. Was mir hier jedoch wichtig erscheint, ist, dass dies die AusstellungsmacherInnen dazu auffordern sollte, die verwendeten Alltagsbegriffe und Alltagsbezüge sowohl in Relation zu den ausgestellten technischen Objekten als auch in Relation zu den verwendeten Vermittlungsformen bewusst und kritisch zu reflektieren. Was geschieht genau mit den Zugängen zu technischen Objekten, wenn diese nicht mehr als Ikonen der Technik ausgestellt und von ihrem Podest heruntergeholt werden? Was geschieht, wenn nicht mehr das Spezielle oder Exotische an den technischen Objekten und ihrer Entwicklung gezeigt wird, sondern das Alltägliche ihres Gebrauchs? Wie lässt sich dieses Alltägliche und Selbstverständliche im Umgang mit Technik an Objekten festmachen und an ihnen thematisieren?

In dem Sinne sehe ich gerade ein Museum mit einer technischen Sammlung als einen spannenden Ort, welcher die unmittelbare Präsenz dieser technischen Objekten in einer Ausstellung und die gleichzeitige »Entzogenheit« der technischen Objekte aus dem Alltag kreativ nutzen könnte, um das »Unbemerkte des Umgangs«<sup>10</sup> mit Technik im heutigen Alltag zu reflektieren. Dazu benötigt es einerseits neue, interdisziplinäre Sichtweisen auf die Tech-

---

<sup>10</sup> Zum Konzept des »Unbemerkten im Umgang mit Technik« vgl. Hengartner/Rolshoven, wie Anm. 3, S. 46.

nik und andererseits zusätzliches Ausstellungsmaterial oder »Quellen« wie Bilder, Fotos, Interviews, Radiosendungen, Fernsehsendungen, Filme etc.

Zum Schluss nochmals zurück zum Schaufenster/Vitrine betrachtenden Mr. Maloney aus Thackerays 19. Jahrhundert, der die sich darin befindenden Objekte bewundert und bestaunt:

Look, here's a fan  
From far Japan  
A sabre from Damasco;  
There's shawls ye get  
From far Thibet  
And cotton prints from Glasgow!<sup>11</sup>

Heute bringen uns die für uns zum Alltag gewordenen ausländischen technischen Dinge wie Flachbildschirme aus Taiwan, Kochpfannen aus China und Handys aus Finnland alleine nicht mehr zum Staunen und zum Wundern. Technik im Bezug zum Alltag und zum Alltäglichen auszustellen heißt demnach auch, durch neue theoretische Herangehensweisen und durch gelungene Darstellungsformen neue Sichtweisen zu schaffen, die zum Nachdenken und Staunen über das Alltägliche anregen.\*

lic. phil.  
Barbara Wenk, MAS  
Davidsbodenstrasse 27  
CH-4056 Basel  
barbara.wenk@unibas.ch

---

<sup>11</sup> Schau, hier ist ein Fächer/ aus Japan/ ein Säbel aus Damasco/ es hat Halstücher/ aus dem Tibet/ und Baumwolldrucke aus Glasgow! (Eigene Übersetzung).

\* Erweiterte Fassung eines Vortrags, gehalten auf der Tagung »Technik in der Öffentlichkeit. Zwischen Selbstverständlichkeit und Unverständlichkeit« am Deutschen Museum in München vom 18.-20. November 2004.