

Museen im Rheinland 3/07

Informationen für die rheinischen Museen

Museale Tischgemeinschaft: »Geschmackssachen« im Rheinischen und Sächsischen Industriemuseum

Rita Müller, Thomas Schleper

1. Veranlassung: Kostproben als Bindemittel

Das Rheinische Industriemuseum (RIM) in Trägerschaft des Landschaftsverbandes Rheinland besteht seit dem Jahr 2000 als Einrichtung mit sechs im Rheinland verteilten Schauplätzen.¹ Da, wie Erfahrungen gezeigt haben, die Wahrnehmbarkeit des dezentral aufgestellten Museums als Gesamtheit nicht ganz unproblematisch ist, wurde die Idee der Verbundausstellung aufgegriffen und 2004 erstmals im großen Stil realisiert. Dabei galt es, ein Thema zu finden, bei dem sich alle Teilmuseen mit ihren Stärken einbringen konnten.

Ziel des Verbundangebots war es nicht nur, Besucher auf die vielfältigen Attraktionen des Rheinischen Industriemuseums aufmerksam zu machen. Es sollten nicht zuletzt auch der Teamgeist für die Kooperation der Einzelmuseen, die auf eine unterschiedliche Entwicklungsgeschichte zurückblicken, gestärkt und Synergieeffekte genutzt werden. Natürlich musste eine Sonderausstellung, die mit dem bislang größten Budget ausgestattet werden sollte, nicht nur publikumsträchtig sein, sondern vor allem auch Sponsorengelder anlocken können. Schließlich wurde auch noch ein geeigneter Rahmen gesucht, um das 20-jährige Bestehen des RIM seit seiner Gründung nach der Devise »Unterhalten und Bilden« würdig zu begehen.

Man einigte sich auf ein Thema zur Geschichte der Ernährung, das es kulturhistorisch aufzubereiten galt: »Geschmackssachen. Kulinarisches in sechs Gängen« wurde zur gemeinsamen Headline für sechs unterschiedliche Beiträge. Um es vorwegzunehmen: Das Experiment kann in mehrfacher Hinsicht als gelungen bezeichnet werden. Denn nicht nur stellten Bund und Land beträchtliche Mittel für das bildungsrelevante und gesundheitspolitisch noch immer hoch aktuelle Thema bereit; die Ausstellungskonzeption wurde zugleich so breit und komplex angelegt, dass alle Schauplätze mit ihren Pfunden wuchern und tatsächlich kulinarische Kostproben liefern konnten. Der Textilstandort Ratingen etwa steuerte einen Beitrag zum Thema Diäten und Mode bei (»Körperfrust und Kleiderlust«). Das Papiermuseum Bergisch Gladbach beschäftigte sich mit der Verpackung der Lebensmittel (»Hülle um Fülle«). Der Energiestandort Engelskirchen präsentierte »Küchengeschichten – Von Rauchfang bis Hightech«. Solingen widmete sich der Zuckerindustrie mit örtlichen Wurzeln (»Süße Last«), und in Euskirchen konnte eine Wanderausstellung des Arbeitskreises Eifeler Museen integriert werden (»Wacholder, Kartoffeln und Flusskrebse«). In Oberhausen fand die als Überblick konzipierte Zentralausstellung mit Verweisen auf die übrigen Schauplätze statt: »Aufgetischt: Ernährung im Konsumzeitalter« (24. April 2004 – 26. Juni 2005).²

Die Resonanz auf die Ausstellung wurde evaluiert, ebenfalls eine Premiere im RIM. Zudem stellte sich heraus, dass das Projekt exportfähig war. Das Industriemuseum Chemnitz übernahm die Oberhausener Präsentation (17. September 2005 – 17. April 2006) und evaluierte ebenfalls. Es gehört neben vier weiteren musealen Einrichtungen zum Zweckverband Sächsisches Industriemuseum und zeigt 200 Jahre sächsische

Industriegeschichte.³ Ausschlaggebend für die Idee, die Ausstellung auch in Chemnitz zu zeigen, war die überzeugende Inszenierung eines komplexen Themas, die sich außerdem von der ›klassischen‹ Präsentation der Chemnitzer Dauerausstellung abhob.⁴ Auch das Sächsische Industriemuseum liebäugelte zunächst mit der Idee, weitere Ausstellungen des Verbundprojektes zu übernehmen, doch die organisatorischen Rahmenbedingungen ließen dies nicht zu.

Die in mehreren Stufen und im Vergleich durchgeführte Evaluation zeigte viele Gemeinsamkeiten, deckte aber auch markante Unterschiede auf. Insbesondere lieferte der Vergleich zwischen Oberhausen und Chemnitz, der im Folgenden Thema sein wird, für zukünftige Planungen wichtige Hinweise, die nicht nur im Rheinland oder in Sachsen auf Interesse stoßen dürften.

2. Umsetzung im Sinne der »Buffetkultur«: Popartige Bühnenpräsentation mit offenen Angeboten

Auffallend in der Oberhausener Sonderausstellung war das Abweichen von der Kommunikationsphilosophie und dem Präsentationsduktus der Dauerausstellung zum Thema Schwerindustrie, die hier seit Eröffnung des Schauplatzes 1997 angeboten wird. Diese zeigt auf etwa 3000 qm eine mit vielen Großexponaten verdichtete Themenfolge, die sich Kapitel für Kapitel sukzessive erschließt. Demgegenüber arbeitete die Sonderausstellung mit einer großen zentralen »Piazza«, gestaltet als begehbare gedeckter Tisch, an den sich ›Anrichtezimmer‹ mit verschiedenen Themenschwerpunkten anschlossen. Die Besucher konnten sich von diesem Tisch aus, angeregt von den szenisch vor Riesentellern postierten ›Gästen‹ in Pop Art-Manier, ihr Menü für den Rundgang selbst zusammenstellen.⁵ Wie Bewegungsstudien in Oberhausen zeigen, wurde diese Wahlmöglichkeit genutzt, wenn auch eine favorisierte Abfolge mit der bekannten Rechtsorientierung im Rundgang nachzuweisen ist.⁶

Der begehbare Tisch wurde sowohl in Oberhausen als auch in Chemnitz intensiv für Veranstaltungen des Rahmenprogramms genutzt. Deshalb konnte die Ausstellung nachgerade auch als plakativ bestückte Veranstaltungsbühne verstanden werden. Hierbei wurde zudem das inhaltliche Konzept der Agenda-Foren aufgegriffen, um verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Initiativen Raum zu bieten: von Greenpeace bis »Ärzte ohne Grenzen«, von »Brot für die Welt« bis zu einzelnen Beiträgen von Schulklassen. In beiden Museen fanden Vorträge, Führungen, Podiumsdiskussion, in Oberhausen auch befristete Einzelausstellungen und selbst ein Dankgottesdienst auf der zentralen Piazza statt.⁷ In Chemnitz wurde der außergewöhnliche Rahmen u.a. für die Top-Lounge, die 1. Chemnitzer Sektnacht und die »Schlemmertrends 2006« genutzt. Auch die Bäcker- sowie die Fleischer-Innung nutzten die einzigartige Kulisse für öffentliche Warenprüfungen. Die Komplexität des Stoffes, seine thematische Vielfalt wie auch der Bedarf nach aktualisierender Wissensgenerierung und Informationsvermittlung in Sachen Ernährung hatte für diesen Veranstaltungsmix die Tore weit geöffnet.

Das Ausstellungsdesign des Bielefelder Teams »Museumsreif!« – vergleichsweise bildmächtig, kulissenstark und mit Elementen der plakativen Pop Art ausgestattet – folgte insgesamt einer ›Medienästhetik‹, die sich im Rahmen der viel zitierten »Ökonomie der Aufmerksamkeit« bewusst ist, dass »alles, was öffentlich Geltung gewinnen will, entweder durch die Medien hindurch muß oder in der Konkurrenz mit der Attraktionskraft der Medien bestehen muß«.⁸ Dabei verdoppelte die Ausstellung einerseits die Sprache der Lebensmittelwerbung, brachte aber durch Brechungen und Übertreibungen auch eine kritische Distanz dazu ins Spiel. Insofern stand bei der Gesamtvermittlung in inhaltlicher wie in gestalterischer Hinsicht eher der assoziativ verfahrenende Essay als die systematische Abhandlung – also eher eine offene Form – Pate.

Der hohe Inszenierungsgrad schlug sich jedenfalls nicht zuletzt in der bildintensiven Presseresonanz nieder. Noch nie war eine Ausstellung des RIM so oft mit ihren Gestaltungs- und Bildsujets in Vorberichten und begleitenden Medien präsent; war es doch ein Leichtes für die Fotografen, auffällige Motive und humorige Kulissen zu finden. Das belegen nicht zuletzt die in Oberhausen wie in Chemnitz gesammelten Presseartikel zur Ausstellung. Dennoch sind die nahezu gleichen Präsentationsmodi in Oberhausen und in Chemnitz⁹ nicht nur ähnlich bewertet worden.¹⁰ Es gab auch charakteristische Unterschiede, die auf die Lage der Häuser und ihr jeweiliges Publikum zurückzuführen sind.

3. Geteilte Resonanz: Ähnliche Geschmäcker, unterschiedlicher Appetit

Der Schauplatz Oberhausen ist ein Industriemuseum im Westteil der einstmals von Stahl und Kohle bestimmten, mittlerweile von vergleichsweise starken Strukturwandlungsprozessen geprägten Metropole Ruhr, zu der 53 Städte mit insgesamt fünf Millionen Einwohnern zählen. Das Oberhausener Museum ist nur einer der zahlreichen miteinander konkurrierenden Anbieter in der Region, die sich der Industriekultur verschrieben haben. Unter ihnen ragt auf Stadtgebiet in mehrfacher Hinsicht der von einer städtischen GmbH geführte Gasometer besonders hervor. Jährlich kommen 40 000 bis 50 000 Besucher ins Industriemuseum. Sie sind zu 52 % männlich, verfügen zu 48 % über einen Haupt- und Realschulabschluss, kommen zu 23 % aus Oberhausen und zu 15 % aus anderen Bundesländern.¹¹ Die männlichen Besucher sind zu 60 % über 60 Jahre alt, die weiblichen zu 37 %.

Die Sonderausstellung in Oberhausen verfügte über ca. 1000 qm (Chemnitz 800 qm) und war im Unterschied zum Chemnitzer Industriemuseum getrennt zu besuchen. Während der Laufzeit wurden in Oberhausen insgesamt 260 Gruppenbesuche – davon 184 Schulklassen – und insgesamt über 20 000 Besuche gezählt.

Chemnitz ist eine Industriestadt im Osten Deutschlands, deren Einwohnerzahl innerhalb von zwei Jahrzehnten von 315 000 auf knapp 250 000 Einwohner im Jahre 2006 sank und die gleichfalls vom Strukturwandel nach 1990 stark betroffen ist. Vor allem Textilindustrie und Maschinenbau prägten einstmals das Bild des »sächsischen Manchester«. Das Sächsische Industriemuseum Chemnitz eröffnete seine Ausstellung am jetzigen Standort im April 2003 und ist einziger Anbieter für »Industriekultur«. Seither haben über eine Viertelmillion Menschen das Museum besucht.¹² Fast 60 % (58,4 %) der Besucherinnen und Besucher kamen 2006 aus Chemnitz, 30 % aus dem restlichen Sachsen und nur 10 % aus anderen Bundesländern. Noch deutlicher als in Oberhausen überwogen in Chemnitz die männlichen Besucher in der Dauerausstellung.¹³ Der Altersdurchschnitt betrug 39,7 Jahre. Die Sonderausstellung »Geschmackssachen« besuchten innerhalb der Laufzeit von genau einem halben Jahr deutlich über 25 000 Erwachsene und Kinder, ca. 10 % der Besucherinnen und Besucher waren Veranstaltungsgäste. 124 Schulklassen wurden durch die Sonderausstellung geführt oder nahmen ein am Lehrplan ausgerichtetes Projektangebot wahr.

Da sich die unterschiedliche geschichtliche Entwicklung von Ost und West auch auf die Ernährungssituation, die Einstellungen zu Essen und Gesundheit und schließlich auch auf den Geschmack ausgewirkt hat, wurde in Chemnitz die Ausstellung nicht nur »aufgewärmt«, sondern regional abgewandelt und neu »aufgetischt«. Sie widmete sich nicht nur dem gedeckten Tisch der »Wirtschaftswunder«-Ära, sondern auch den phantasievollen Speiseplänen in der Mangelwirtschaft der DDR. Volle Schaufenster und »Überplanbestände« einerseits, immer neue Engpässe und Mängel in der Versorgung andererseits prägten den Alltag in der DDR. Sozialistisches Menschenbild, Gleichberechtigung, HO (Handelsorganisation) und Konsum, »Goldbroiler« und »Roster« hinterließen ihre Spuren bis in die Gegenwart.

In der Ausstellung wurde überall dort, wo es nachträglich möglich war, die Sicht auf das geteilte Deutschland ergänzt. Aus »Aerobic« wurde im Osten »Pop-Gymnastik«, und anstelle der italienischen Urlaubsküche hielten die russische Soljanka oder der bulgarische Schopska-Salat Einzug. Auch in dem neu aufgelegten Begleitheft fanden ostdeutsches Konsumverhalten und regionale Besonderheiten Berücksichtigung.¹⁴

Die Auswertung in Oberhausen (OB) und in Chemnitz (CH) kam in folgenden Punkten zu vergleichbaren Resultaten:

- ein vergleichsweise höherer Frauenanteil (OB: 59 %, CH: 62,9 %),
- ein deutlich jüngeres Publikum (OB: durchschnittlich 40 Jahre, 13 – 33 Jahre: 32 %!; 34 – 54 Jahre: 55 %; CH: durchschnittlich in Chemnitz),
- überwiegende Ansprache des Bildungsmilieus (Abitur OB: 60 %, CH: 64,3 %) und viele Erstbesucher (OB: 48 %, CH: 43,6 %).
- An beiden Ausstellungsorten wurde zudem eine hohe Zufriedenheit hinsichtlich der gestalterischen Qualität der Ausstellung und ihres Informationswertes gemessen. Entsprechend hoch wurden auch der Lernwert und der Wunsch eingeschätzt, sich weiter zu informieren.¹⁵

Zu den messbaren Unterschieden zählt

- die offenbar größere Bedeutung von Plakat- und Prospektwerbung sowie der Ansprache durch Bekannte in Chemnitz.
- Dass eine längere Anfahrt mit dem PKW in Kauf genommen wurde (CH: 74 % nutzen PKW, mittlere Entfernung 63 km) als für die Anreise nach Oberhausen (OB: 57 % nutzten PKW; mittlere Entfernung 47 km), dürfte mit der urbanen Sonderstruktur der Ruhrmetropole zu tun haben.
- In Oberhausen ließ sich auch eine längere Aufenthaltsdauer in der Sonderausstellung feststellen (80 Min. gegenüber 67,5 Min. in CH), wobei allerdings inhaltlich zur Sonderausstellung zählende Bereiche in Chemnitz in das Areal der Dauerausstellung hineinreichten und deshalb nicht mitgezählt werden konnten.
- Auffällig war vor allem der mehr als doppelt so hohe Anteil an Familienbesuchen in Chemnitz (CH: 26 %; OB: 10 %).

Was die finanzielle und sachliche Unterstützung der Ausstellungen betraf, so konnte Oberhausen stark sowohl auf das Engagement der damals noch rot-grünen Landesregierung bauen als auch auf die Bundesministerin Renate Künast, die als Schirmherrin der RIM-Ausstellung fungierte. In Chemnitz mag dies womöglich die größere landespolitische Zurückhaltung begründet haben. Hier engagierten sich dafür eher Verbände, Innungen und Krankenkassen. An beiden Orten hielt sich hingegen die Unterstützung seitens der Ernährungsindustrie in enttäuschend engen Grenzen.

4. Fingerzeige und mögliche Nachschläge

Festzustellen ist, dass die in der Sonderausstellung geübte Methode der stark bildorientierten, zugleich multisensoriellen und interaktiven Ausstellung sich als geeignet erwies, um das komplexe Thema der Ernährung zu vermitteln.¹⁶ Im Oberhausener Spezialmuseum zur Eisen- und Stahlindustrie wurde aufmerksam registriert, dass die Besucher das Ernährungsthema nicht als »Fremdkörper« ausmachten. In beiden Häusern konnten die Besucherkreise deutlich erweitert werden. Allerdings fand eine eindeutige Konzentration auf das Bildungsmilieu statt. Dies war in Oberhausen auch im Hinblick auf die im Vergleich zur Dauerausstellung relativ stärkeren Besuchszahlen der Sekundarstufen, einschließlich der Berufskollegs, zu beobachten.

Im Vergleich zu einer Ex-ante-Evaluation aus dem Jahr 2003 und 2004 konnte Oberhausen auch als Erfolg verbuchen, dass der Verbundcharakter des Ausstellungskonzeptes stärker ins Bewusstsein der Besucher gerückt wurde.¹⁷ 73 % nahmen die dezentrale Struktur des Ausstellungsreigens wahr. Aus Oberhausener Perspektive ist aber bedenklich, dass es – anders als in Chemnitz – nicht gelungen ist, stärker Familien anzusprechen. In Chemnitz wurden diese offenbar durch das umfangreichere museumspädagogische Angebot ins Museum gelockt. Aktionen wie »Buttern wie unsere Vorfahren«, Schokoladenworkshop am Welternährungstag, Weihnachtsbäckerei und »Vollwertkost für Kinder« fanden großen Anklang.

Als generelles Fazit gilt festzuhalten, dass der Austausch die Ausgaben- und Einnahmenseite für Projekte dieser Art bedeutend verbessern kann. Die Geschmackssachen-Ausstellung darf hier aber nicht als Modell gelten, weil sich erst nach der Eröffnung die Kooperationsmöglichkeiten mit Chemnitz eröffneten. Eine gemeinsame Planung schon in der Produktionsphase wäre sicherlich effizienter gewesen. Regionale Aspekte hätte man von vornherein besser berücksichtigen können. Dennoch ist der hier angestellte Vergleich eine Empfehlung für eine institutionelle Zusammenarbeit, die, wenn erwünscht, auch in die langfristige Ausstellungsplanung mit einbezogen werden sollte. Ein Austausch der Museumskulturen hinsichtlich inhaltlicher Zielsetzung, museumspädagogischer Ausrichtung und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit gefährdet nicht die Selbständigkeit der Häuser, sondern erweitert zum gegenseitigen Nutzen den Erfahrungshorizont. Auch gilt es, noch mehr Anstrengungen zu unternehmen, auch bildungsfernere Schichten zu erreichen. Gerade bei Sonderausstellungen – dies zeigen die Befragungen zu Architektur und Design der Ausstellung – scheint dafür ein sehr großer Gestaltungsraum gegeben zu sein. Dieser könnte vielleicht noch mutiger als Experimentierfeld mit Lernfolgen für die Bildungseinrichtung selbst genutzt werden. Insofern wäre hier ein kräftiger Nachschlag möglich und nötig.

Anmerkungen

- 1 Vom Eifeler Schauplatz Euskirchen-Kuchenheim im Südwesten (ehemalige Volltuchfabrik Müller) bis zum Ruhrgebietsstandort Oberhausen im Norden (Zinkfabrik Altenberg mit dem Thema Schwerindustrie), vom oberbergischen Engelskirchen im Osten (ehemalige Baumwollspinnerei mit dem Thema Elektrizität) bis zu den bergischen Schauplätzen Ratingen (Baumwollspinnerei Brüggelmann), Bergisch Gladbach (Papierfabrik Alte Dombach) und Solingen (Gesensschmiede Hendrichs) heißt es im Untertitel jeweils programmatisch »Museum für Industrie- und Sozialgeschichte«.
- 2 Zur Verbundausstellung erschien ein Schuber: Landschaftsverband Rheinland, Rheinisches Industriemuseum (Hrsg.): *Geschmackssachen. Kulinarisches in sechs Gängen*. Begleitbuch zur Ausstellung in sechs Bänden. Essen 2004.
- 3 Zum Zweckverband Sächsisches Industriemuseum gehören neben dem Industriemuseum Chemnitz das Westsächsische Textilmuseum Crimmitschau, das Besucherbergwerk Ehrenfriedersdorf, das Lausitzer Bergbaumuseum Knappenrode und das Museum Kalkwerk Lengfeld.
- 4 Die Art und Weise, wie die Objekte in der Ausstellung präsentiert sind, entspricht der klassischen Ausstellungspraxis. Sie stehen auf Sockeln, in Vitrinen und auf Podesten oder sind gehängt.
- 5 Ein »Bengel« vor einem mit Pommes Frites beladenen Teller wirft mit Ketchup um sich und leitet so in die Station »Konsumieren« ein. Ein bekrönter »König Kunde« hat den Sektor »Shopping« im Rücken, ein grantiger Metzger fixiert die Blutwurst auf seinem Teller und kündigt den Bereich Landwirtschaft an.
- 6 Vgl. Edda Garusel, Cornelia Freckmann: *Gut Aufgetischt? Besucherverhalten in der Sonderausstellung »Aufgetischt – Ernährung im Konsumzeitalter«, Rheinisches Industriemuseum Oberhausen* (Hausarbeit). Oberhausen 2005.
- 7 Während in Oberhausen für das »Agenda-Forum« zusätzlich ein eigener Raum in den Ausstellungsrundgang integriert wurde, fand das »Agenda-Forum« in Chemnitz seinen

- Platz im Eingangsbereich. Fast jeden Monat wurde dieser zur Verfügung gestellte Raum von einer anderen Initiative genutzt. Diesen wurde auch gestalterische Freiheit bei der Ausstattung gewährt. Für entsprechende Veranstaltungen wurde die Piazza gerne mitgenutzt.
- 8 Georg Franck: *Ökonomie der Aufmerksamkeit*. München 1998, S. 174.
 - 9 Nicht nur das »Agenda-Forum« war in Chemnitz anders platziert. Die Kühltisch-Galerie wurde in der Konsumenten-Passage präsentiert, die Station »Utopie« reduziert und auf den Turm verzichtet, der den Besuchern in Oberhausen, aber auch Fotografen einen attraktiven Blick auf den begehbaren Tisch, also die »Piazza«, ermöglichte. Inhaltlich wurde in Chemnitz das Thema »Ernährung zu DDR-Zeiten« ergänzt.
 - 10 Für die Erhebung wurde vom Zentrum für Evaluation und Methoden der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn in Zusammenarbeit mit dem Rheinischen Industriemuseum ein Fragebogen entwickelt und mit Hilfe von Studenten ausgewertet. Vgl. Uwe Kleinemas, Christian Rietz, Andreas Jöris: *Managementreport zur Interims-Evaluation der Ausstellung »Geschmackssachen« des Rheinischen Industriemuseums*. November 2005. In Chemnitz haben zwei Studierende der Technischen Universität Chemnitz unter der Leitung des Sächsischen Industriemuseums Chemnitz und in Zusammenarbeit mit dem MTP e.V. Chemnitz die Befragung und Auswertung durchgeführt und dabei den Fragebogen genutzt, der schon im Rheinischen Industriemuseum zum Einsatz kam. Vgl. Olaf Wulff, Elisabeth Richter: *Geschmackssachen. Ernährung im Konsumzeitalter. Evaluation zur Ausstellung*. Chemnitz 2006. So wurden in Oberhausen von Januar bis Juni 2005 148, in Chemnitz von Januar bis April 2006 207 Fragebögen ausgefüllt.
 - 11 Hans Joachim Klein, Kathrin Kunstmann: *Kultur- und industriegeschichtliche Darstellungsinhalte in Museen des Landschaftsverbandes Rheinland – Zugänge und Barrieren in genderspezifischer Perspektive*. Karlsruhe 2005, S. 45 ff. Vgl. auch Hans Joachim Klein: *Museale Darstellung von Industriegeschichte – Zugänge und Barrieren in genderspezifischer Perspektive*. In: *Museen im Rheinland* 2/2007, S. 11 – 19.
 - 12 Die Besucherzahlen pendelten sich 2005 und 2006 bei knapp über 50 000 ein.
 - 13 61,5 % der Besucher waren laut einer im März 2005 durchgeführten Befragung männlich. Nach dem Bildungsstand wurde nicht gefragt.
 - 14 Landschaftsverband Rheinland und Zweckverband Sächsisches Industriemuseum (Hrsg.): *Geschmackssachen – Ernährung im Konsumzeitalter*. Begleitbuch zur erweiterten Ausstellung des Landschaftsverbandes Rheinland, Rheinisches Industriemuseum Oberhausen im Sächsischen Industriemuseum Chemnitz vom 17. September 2005 bis 17. April 2006. Essen 2005.
 - 15 Vgl. Uwe Kleinemas, Christian Rietz, Andreas Jöris vgl. Anm. 10; Olaf Wulff, Elisabeth Richter vgl. Anm. 10. Besonders gut erfüllt wurden in Oberhausen und Chemnitz die Erwartungen, Informationen über die Esskultur im Wandel der Zeiten zu erhalten (OB: 95 %; CH: 86,9 %), gut unterhalten (OB: 90 %; CH: 88 %) sowie über die Herstellung von Lebensmitteln informiert zu werden (OB: 75 %; CH: 73 %). Etwas weniger gut erfüllt wurden die Erwartungen, Informationen über gesunde Ernährung (OB: 61 %; CH: 63,9 %) und über das Essen in anderen Kulturen (OB: 46 %, CH: 41,7 %) vermittelt zu bekommen. Überwiegend nicht erfüllt wurden in Oberhausen die Erwartungen, Informationen über das Essen in der Region zu erhalten (OB: 38 %), etwas probieren zu können (OB: 38 %), im Museum gut essen gehen zu können (OB: 27 %) und Anregungen für neue Kochideen zu erhalten (OB: 27 %). In Chemnitz waren immerhin 49,7 % mit dem Angebot an Informationen über das Essen in der Region zufrieden. Aber auch hier hätte man gerne mehr probiert und wäre für mehr Kochideen dankbar gewesen. Hinsichtlich eines Wissenstransfers gaben an beiden Orten hohe Werte an, unterhalten (OB: 93 %; CH: 95,5 %), informiert (OB: 93 %; CH: 92 %) und bereichert (OB: 91 %; CH: 83,6 %) worden zu sein. Insgesamt fanden es in Oberhausen 86 % »bereichernd, sich auch mit komplizierten Zusammenhängen rund um das Thema Ernährung näher zu beschäftigen«. Was die Wirkung der Ausstellung betrifft, gaben immerhin 79 % in OB und 73,1 % in CH an, den guten Vorsatz gefasst zu haben, »auch bei Fragen der eigenen Ernährung künftig einmal genauer

hinzusehen«. 93 % in OB und 92,1 % in CH stimmten der Aussage zu, »dass es wichtig für mich als Verbraucher ist, auf die Qualität von Lebensmitteln zu achten«.

- 16 So konnten Besucher an einer »Nasenbar« Essensgerüche erraten. Spielerisch wurde man an einer Wand mit dem Problem der Gütesiegel konfrontiert: Indem man Klappen öffnete, ergab sich mit akustischer Begleitung die richtige Antwort.
- 17 Vgl. Uwe Kleinemas, Christian Rietz: *Managementreport über die ex-ante-Evaluation der Ausstellung »Geschmackssachen« des Rheinischen Industriemuseums*. April 2004.

Dr. Rita Müller ist wissenschaftliche Referentin im Sächsischen Industriemuseum Chemnitz, Dr. Thomas Schleper Leiter des Schauplatz Oberhausen des Rheinischen Industriemuseums.

IMPRESSUM

Museen im Rheinland -

Informationen für die rheinischen Museen -
erscheint viermal jährlich.

ISSN 1437-0816

Herausgeber:

LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND
- Presseamt
- Rheinisches Archiv- und Museumsamt

Redaktion:

Dr. Peter Joerissen
peter.joerissen@lvr.de
Tel.: 02234 / 9854-311

Dr. Christine Hartmann
christine.hartmann@lvr.de
Tel.: 02234 / 9854-310

Redaktionsanschrift:

LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
Abtei Brauweiler
Postfach 2140
50250 Pulheim

Fax: 02234 / 9854-202