

SZENOGRAFIE-GIPFEL

B E R L I N 2 5 . / 2 6 . 0 4 . 2 0 1 6

KONZEPT

Einerseits bestehen gegenüber den Methoden der Szenografie seitens der Museumswelt berechnigte Vorbehalte, andererseits hat sich dieses Fachgebiet in den letzten Jahren nicht nur an den Hochschulen, sondern auch bei vielen Agenturen außerordentlich entwickelt. In einer Zeit, die sich zunehmend visueller Vermittlungsmethoden bedient, ist die räumliche Gestaltung längst nicht mehr allein durch ihre Funktionalität und Ästhetik gekennzeichnet:

Die Vermittlung von Aussagen in Ausstellungsräumen erfolgt hauptsächlich durch die „gestalterische Sprache“.

Grundsätzlich gilt das für jede gestaltete Umgebung, als Szenografie – oder auf Museen bezogen auch Museografie – wird bezeichnet, was den Prozess und das Produkt räumlicher Gestaltung beschreibt.

Umso mehr muss es in den nächsten Jahren gelingen, die räumliche Gestaltung besonders in den neuen Museen bei allen Beteiligten zu professionalisieren, denn der Beitrag zur Bewusstseinsbildung in der Öffentlichkeit durch Ausstellungen und Museen ist nicht zu unterschätzen.

Es ist jedoch festzustellen, dass die Kommunikation dieser Beteiligten, aber auch die Kenntnis und Qualifikation auf den unterschiedlichen Feldern des Museumswesens und der Szenografie einen derzeit sehr unbefriedigenden Zustand darstellt. Besonders die Herangehensweisen und die Bewusstseinshaltungen bei Ideenfindungen und die Gestaltungsabsichten sind ganz unterschiedlich. Auch die Fachveranstaltungen entwickeln sich dabei in unterschiedliche Richtungen.

Auf dem Szenografie-Gipfel soll eine Expertenrunde aus den Gebieten des Museumswesens, der Hochschulen und der professionellen Gestalter einen Diskurs zu Gegenwart und Zukunft szenografischer Gestaltung führen. Ziel des moderierten Diskurses ist es, zu einem gemeinsamen Ergebnis zu kommen, das in Form eines auffallend gestalteten Dokuments eine Grundlage für eine neue Qualität der Ausstellungs- Kultur bilden könnte.