

# Praxishandbuch Ausstellungen in Bibliotheken

---

Mit einem Geleitwort von Barbara Lison  
Bundvorsitzende des Deutschen Bibliotheksverbandes,  
dbv

Herausgegeben von  
Petra Hauke

**DE GRUYTER**  
SAUR

Diese Veröffentlichung ist das Ergebnis einer Lehrveranstaltung des Instituts für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, angeboten unter dem Titel „Von der Idee zum Buch – Durchführung eines Publikationsprojektes einschließlich DTP“ im Wintersemester 2015/2016 unter der Leitung von Petra Hauke. Die im Folgenden genannten Studierenden haben daran teilgenommen:

Joris Lui Busch, Leyla Dewitz, Maria Fentz, Dorothea Fischer, Alette Geschwandtner, Josephine Hunting, Antonia Kirschner, Jan Christopher Klaus, Anne-Kristin Krause, Vivian Charleen Kübler, Franziska Lengauer, Nathalie Leonhardt, Marlene Moser, Natalia Pechenkina, Bernard Raić, Nico Saß, Madita Scheer, Galina Terekhova, Julia Wacker, Liza Weber

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in den Texten in der Regel das generische Maskulinum dann verwendet, wenn kein biologisches Geschlecht gemeint ist (sexus) oder männliche und weibliche Personen gleichermaßen gemeint sind (genus, grammatisches Geschlecht). Dies beruht nicht auf einer Diskriminierung des weiblichen Geschlechts. Das Buch richtet sich gleichermaßen an Leserinnen und Leser.

ISBN 978-3-11-047279-0

e-ISBN (PDF) 978-3-11-047504-3

e-ISBN (EPUB) 978-3-11-047286-8

#### **Library of Congress Cataloging-in-Publication Data**

A CIP catalog record for this book has been applied for at the Library of Congress.

#### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2016 Walter de Gruyter GmbH, Berlin/Boston

Einbandabbildung: Kraufmann/Hörner, Rechte Stadt Stuttgart

Satz: Michael Peschke, Berlin

Druck und Bindung: Hubert & Co. GmbH & Co. KG, Göttingen

☺ Gedruckt auf säurefreiem Papier

Printed in Germany

[www.degruyter.com](http://www.degruyter.com)

Konrad Umlauf

# Ausstellungen zwischen Kulturvermittlung und Öffentlichkeitsarbeit

Oder: Warum guckt nur keiner?

## Einleitung

Ausstellungen in Bibliotheken leiden oft unter einem Missverhältnis von Aufwand zum Nutzen. Dieser ist häufig kaum greifbar. Den Grund sieht der Autor in einer mangelnden konzeptionellen Ausrichtung von Ausstellungen. Die Praktiker klären bei der Konzeption von Ausstellungen die Frage nicht hinreichend, ob die Ausstellung Instrument der Öffentlichkeitsarbeit sein soll oder ob sie der Kulturvermittlung dient. Je nach dem gewählten Ansatz müssen Ausstellungen unterschiedlich geplant und durchgeführt werden.

Die beste Anleitung, wie eine Öffentliche Bibliothek eine Ausstellung plant und durchführt, findet sich immer noch in dem 1982 vom damaligen Deutschen Bibliotheksinstitut veröffentlichten *Handbuch Öffentlichkeitsarbeit und Werbung Öffentlicher Bibliotheken*.<sup>1</sup> Nach diesem Handbuch beginnt in der zwölften Woche vor der Ausstellung der Prozess der gedanklichen Konzeption. In der achten Woche vor Ausstellungseröffnung soll man Fremdexponate besorgen und Ausstellungshilfen wie Rahmen aus anderen Einrichtungen beschaffen. Viele Aufgaben folgen, bis kurz vor Eröffnung der Ausstellung Gläser bereitgestellt werden und man den Redner betreut. Bezeichnenderweise gibt das Handbuch zum Stichwort gedankliche Konzeption keine Hinweise; man erfährt nur, dass Ausstellungen Teil der Öffentlichkeitsarbeit sind und dass – noch ganz im Geiste der 1970er Jahre – die Bibliothek mit ihren Ausstellungen auf Ereignisse und Strömungen des gesellschaftlichen Lebens reagieren und das aktuelle Zeitgeschehen aufbereiten soll. Medienzusammenstellungen sollen Zusammenhänge aufzeigen und Orientierungshilfe geben; die Medien sollen gleich ausgeliehen werden können.

Fern von jeder gedanklichen Konzeption kann es sich, so empfahl das Deutsche Bibliotheksinstitut, um Zusammenstellungen<sup>2</sup> handeln:

- zu gesellschaftspolitischen Themen,
- zu literarischen oder gesellschaftspolitischen Ereignissen,
- zur Begleitung lokaler und regionaler Veranstaltungen,
- zu lokalen oder regionalen Themen, z. B. Bauen in unserer Stadt,
- zu Sendungen,

---

<sup>1</sup> Vgl. Höhl (Hrsg.) 1982.

<sup>2</sup> Vgl. Höhl (Hrsg.) 1982, S. 122 f.

- zu Sondersammlungen und wertvollen Beständen,
- zu saisonbedingten Themen, z. B. Backbücher vor Weihnachten,
- oder um Neuerwerbungsanlagen.

Oder die Bibliothek führt Gemeinschaftsausstellungen mit Partnern wie Theatern, Künstlern, Sammlern, Hobbybastlern (z. B. handbemalte Zinnfiguren) durch oder übernimmt Wanderausstellungen, z. B. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Hier wird die Beliebigkeit aufgeblättert, die M. Schmidt<sup>3</sup> bei ihrer Analyse der Öffentlichkeitsarbeit von Bibliotheken konstatierte. Tatsächlich ist das Spektrum der Ausstellungen Öffentlicher Bibliotheken auch heute noch unendlich breit:

- Die Asylothek Nürnberg – die ehrenamtlich betriebene Bibliothek für Flüchtlingskinder und ihre Familien – zeigt Malereien von Flüchtlingskindern.<sup>4</sup>
- Die Gemeindebüchereien Hahnstätten<sup>5</sup> und Göllheim<sup>6</sup> (Rheinland-Pfalz) präsentieren in Verbindung mit Leichtlesebüchern die Ausstellung *Lesen und Schreiben – Mein Schlüssel zur Welt*, die im Rahmen der „Nationalen Strategie für Alphabetisierung und Grundbildung Erwachsener in Deutschland“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung erarbeitet wurde.
- Die Stadtbibliothek im Bildungscampus Nürnberg setzt sich in einer Ausstellung damit auseinander, wie sie während der Nazizeit mit verbotener und mit regimiskonformer Literatur umgegangen ist.<sup>7</sup>
- Die Bibliotheken in Arnstein, Aschaffenburg, Bad Kissingen, Elsenfeld, Marktweidenfeld, Niederwerrn und Veitshöchheim präsentieren ihre französischen Erwachsenen- und Kindermedien im Rahmen der französischen Kultur- und Genusswochen; gezeigt werden Sprach- und Reiseführer, Bildbände, Belletristik französischer Autoren, Liederbücher, Hörbücher, CDs mit französischer Musik.<sup>8</sup>
- Die Gemeindebibliothek Burgkirchen präsentiert in acht Schauvitriolen Stücke aus der Privatsammlung des Journalisten und Buchautors Marcus Spangenberg, die den Mythos des legendären „Bayern-Kini“, des Märchenkönigs Ludwigs II., widerspiegeln.<sup>9</sup>

Von den ca. 2 000 hauptamtlich geleiteten Öffentlichen Bibliotheken führten im Jahr 2014 laut Deutscher Bibliothekstatistik<sup>10</sup> mehr als die Hälfte, nämlich etwa 1 100 Bibliotheken, Ausstellungen durch. Insgesamt waren es 12 000 Ausstellungen, demnach

---

<sup>3</sup> Vgl. Schmidt 2001.

<sup>4</sup> Vgl. Reichert 2015.

<sup>5</sup> Vgl. Dietz-Schrinner & Kärcher-Prüß 2014, S. 7.

<sup>6</sup> Vgl. Kremer 2014, S. 6.

<sup>7</sup> Vgl. Sauer 2014.

<sup>8</sup> Vgl. Teigelkämper 2012.

<sup>9</sup> Vgl. Geigenberger 2012.

<sup>10</sup> <http://www.bibliotheksportal.de/service/nachrichten/einzelansicht/article/deutsche-bibliothekstatistik-vorlaeufige-daten-2014-veroeffentlicht.html> (29.04.2016).

in etwa 11 Ausstellungen pro Bibliothek. Führend waren die Stadtbibliotheken in Darmstadt, Lübeck, Bochum, Kassel und Wolfsburg mit je über 200 Ausstellungen, während ca. 200 Bibliotheken eine einzige Ausstellung zeigten. Diese Werte deuten darauf hin, dass nicht ganz klar ist, was wie gezählt wird. Die Definition im DBS-Fragebogen sagt ausdrücklich, dass zusammengestellte Präsentationen von unmittelbar ausleihbaren Medien nicht als Ausstellung gezählt werden sollen. Nur was während der Dauer der Präsentation nicht ausleihbar ist, soll als Ausstellung gezählt werden.

Eine konzeptionelle Ausrichtung kann man eher bei den Ausstellungen Wissenschaftlicher Bibliotheken erkennen. Sie zeigen bevorzugt bedeutende Neuerwerbungen, thematische oder personenbezogene Zusammenstellungen historischer Bestände oder Buchkunst (Einbände, Illustrationen):

- Die Universitätsbibliothek Trier ehrt Fritz Hellwig zum 100. Geburtstag mit einer Ausstellung kartografischer Zimelien; der Mäzen hatte der Bibliothek Teile seiner Sammlung historischer Karten der Region geschenkt.<sup>11</sup>
- Die Provinzialbibliothek Amberg zeigt in ihrem barocken Saal ausgewählte Bücher der frühen Neuzeit bis zum 20. Jahrhundert aus ihrem Bestand, die von Erdbeben und Vulkanausbrüchen berichten – großenteils in Illustrationen. Konzipiert wird die Ausstellung von Christine Paschen, einer Gymnasiallehrerin, die zum wiederholten Mal die Amberger alten Drucke auf der Suche nach vielversprechenden Stücken durchgemustert hat.<sup>12</sup>
- Die Bayerische Staatsbibliothek – die ebenso wie die Staatsbibliothek Berlin außerordentlich viele Ausstellungen zeigt – präsentiert aus Anlass des 25-jährigen Jubiläums des Bestandsaufbauprogramms „Sammlung Deutscher Drucke“ eine repräsentative Auswahl von Erwerbungen der am Programm teilnehmenden Bibliotheken.<sup>13</sup> Diese Ausstellung ist auch als virtuelle Ausstellung auf der Homepage der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Drucke zu sehen.<sup>14</sup>
- Die Bibliotheca Bipontina Zweibrücken stellt gemeinsam mit der Mennonitengemeinde Zweibrücken und der Mennonitischen Forschungsstelle Bücher aus ihren Beständen und aus Privatbesitz sowie Kultgegenstände der ältesten evangelischen Freikirche aus.<sup>15</sup>
- Die Staatliche Bibliothek Regensburg zeigt die Ausstellung *Wendezeit. Die deutsche Einheit im Spiegel von Künstlerbüchern* aus der Sammlung Reinhard Grüner. Anschließend präsentiert das Bundesministerium für Bildung und Forschung die Schau in Berlin.<sup>16</sup>

---

<sup>11</sup> Vgl. Pahl 2012.

<sup>12</sup> Vgl. Kurz 2012.

<sup>13</sup> Vgl. Bubenik 2015.

<sup>14</sup> [http://www.ag-sdd.de/Subsites/agsdd/DE/Jubilaeum/jubilaeum\\_node.html](http://www.ag-sdd.de/Subsites/agsdd/DE/Jubilaeum/jubilaeum_node.html) (04.02.2016).

<sup>15</sup> Vgl. Hubert-Reichling 2015.

<sup>16</sup> Vgl. Grüner 2015.

Für die Planung und Durchführung großer Ausstellungsvorhaben bietet sich das Projektmanagement<sup>17</sup> als bewährtes Instrument an; hierfür haben Alder und Brok eine an der Museumspraxis orientierte Ausformulierung vorgelegt.<sup>18</sup> Ihre Checklisten sind grobmaschiger als die des DBI-Handbuchs; Hinweise auf Sprudelflasche und Blumenstrauß am Rednerpult findet man nicht. Manche Punkte sind wolkig, etwa wenn in der Planungsphase die Frage bearbeitet werden soll: „Wo liegen die Risiken im Projekt?“<sup>19</sup> Hier fehlen Konkretisierungen, wo typischerweise Probleme in Ausstellungsprojekten lauern. Die Praxisberichte in Interviewform, die den Hauptteil des Buches von Alder und Brok ausmachen, verdeutlichen, dass folgende Risiken immer wieder virulent werden:

- Budgetüberschreitung wegen unvorhersehbarer Kostensteigerungen
- Koordination der internen und externen Beteiligten (intern: Kustoden, Hausmeister etc.; extern: Leihgeber, Handwerker und Lieferanten, Ausstellungsgestalter etc.)
- Nicht geglückte Improvisation bei unvermeidlichen Abweichungen vom Plan

So wie bei der Ausstellungseröffnung einer kommunalen Bibliothek möglichst der Bürgermeister eine Rede hält, werten Wissenschaftliche Bibliotheken ihre Ausstellungseröffnungen mit der Ministerpräsidentin auf (in der Landesvertretung Rheinland-Pfalz in Berlin: *Kostbarkeiten aus der Bibliothek des Klosters Maria Laach*<sup>20</sup>) oder der israelische Generalkonsul begrüßt eine illustre Gästeschar aus Kultur und Politik, Wissenschaft und Wirtschaft, allen voran den bayerischen Ministerpräsidenten (Ausstellung hebräischer Neuerwerbungen in der Bayerischen Staatsbibliothek aus Anlass des 50-jährigen Jubiläums diplomatischer Beziehungen zwischen Israel und Deutschland<sup>21</sup>). Über die Funktion der Kulturvermittlung hinaus wird hier ein Element der Öffentlichkeitsarbeit deutlich. Denn nicht jede Ausstellung ist per se ein Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit – auch wenn P. Sattler 1937 behauptete, dass die Öffentlichkeit sich kaum für Bibliotheken interessiere und sie fast nur über ihre Ausstellungen wahrnehme.<sup>22</sup> Deshalb sollen zunächst die Handlungsfelder Öffentlichkeitsarbeit und Kulturmanagement umrissen werden. Dann sollen Hinweise gegeben werden, welche Kriterien für Ausstellungen gelten, wenn sie im Rahmen dieses oder jenes Handlungsfeldes geplant und durchgeführt werden.

---

<sup>17</sup> Vgl. hierzu auch den Beitrag *Projektmanagement – Wer macht was bis wann? Phasen, Meilensteine und Checklisten für Ausstellungen* von P. Aumann und F. Duerr in diesem Band.

<sup>18</sup> Alder & Brok (Hrsg.) 2012.

<sup>19</sup> Alder & Brok (Hrsg.) 2012, S. 230.

<sup>20</sup> Vgl. Rheinland-Pfalz. Staatskanzlei 2014.

<sup>21</sup> Vgl. Wimmer 2015.

<sup>22</sup> Vgl. Sattler 1991.

# 1 Öffentlichkeitsarbeit und Kulturmanagement

Faulstich<sup>23</sup> unterscheidet drei Ansätze der Öffentlichkeitsarbeit:

- Gesellschaftsbezogene Theorien
- Öffentlichkeitsarbeit als spezielle System-Umwelt-Interaktion
- Organisationsbezogene Ansätze

Die gesellschaftsbezogenen Theorien wurden in Deutschland von Ronneberger<sup>24</sup> geprägt. Seine Schule wirkt bis heute, auch wenn seine Ansätze wenig operationalisiert werden konnten.<sup>25</sup> Ronnebergers Idee ist, dass die Artikulation partikularistischer Interessen – und in pluralistischen Gesellschaften gibt es fast nur diese, von den bibliothekarischen Verbänden über die Automobilindustrie bis zu den Gewerkschaften – auf Anschlussfähigkeit angewiesen ist. Die partikularistischen Interessen müssen sich so artikulieren, dass die anderen Gruppierungen mindestens ein Stück weit eigene Belange betroffen sehen; so soll sich ein Konsens zwischen den Subsystemen herausbilden. Anschlussfähige Kommunikation – das ist Öffentlichkeitsarbeit in diesem Sinn. Kritik an diesem Ansatz hebt darauf ab, dass bei aller Kommunikation Macht sowie kommunikative, informatorische und ökonomische Asymmetrien nicht verschwinden; Interessengegensätze sind meistens mehr als nur Kommunikationsprobleme. Ausstellungen und Veranstaltungen sind in diesem Ansatz nur soweit vorgesehen, wie sie einen Beitrag zu jener Kommunikation leisten, z. B. Ausstellungstafeln, die die Segnungen der chemischen Industrie – pflegeleichte Kleidung, bestens isolierende und winddichte Fensterrahmen oder lösemittelfreie Autolacke – zeigen und von deren Verband auf Rundreise durch Handwerkmessen geschickt werden. Die tragenden Aktivitäten sind aber Pressemitteilungen und Pressekonferenzen. Wenn diesem kommunikativen Input interessengeleiteter Botschaften keine kritische Aufbereitung in den Massenmedien mehr gegenübersteht, weil die Redaktionen aus Kostengründen ausgedünnt wurden und den Journalisten Zeit für eigene Recherchen fehlt, dann funktioniert die Konsensbildung nicht mehr.

Faulstich vertritt den Ansatz der Öffentlichkeitsarbeit als eine spezielle System-Umwelt-Interaktion. Er versteht Öffentlichkeitsarbeit als eigenständigen Gegenstandsbereich der Kulturwissenschaft, nicht als Teilgebiet der Wirtschafts-, Sozial- oder Kommunikationswissenschaft. Die Elemente der so verstandenen Öffentlichkeitsarbeit sind System (im Sinn der soziologischen Systemtheorie, also einerseits in sich strukturiert durch Subsysteme, andererseits in Beziehung zu anderen Systemen) und Interaktion. Deshalb ist Öffentlichkeitsarbeit zunächst interne Selbstanalyse und Selbstgestaltung. Öffentlichkeitsarbeit ist Aufgabe aller Personen in der Organisation, nicht eines Public-Relations-Beraters der Organisationsleitung. Interaktion zwi-

---

23 Vgl. Faulstich 2001.

24 Vgl. Ronneberger 1977.

25 Vgl. Dernbach 2015.

schen System und den Systemen der Umwelt findet immer statt, die Frage ist nur, wie diese Interaktion gestaltet ist. Sie bewusst zu gestalten, ist Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit. Sie ist damit kein eigenes Handlungsfeld, sondern ein systembezogener Kommunikationsstil.

Die organisationsbezogenen Ansätze<sup>26</sup> sehen in der angloamerikanischen Tradition Öffentlichkeitsarbeit als Managementfunktion. Zugrunde liegt ein Marketing-Verständnis. Gegenstand der Öffentlichkeitsarbeit ist die Gestaltung der internen und externen Kommunikation mit dem Ziel der Legitimation, der Akzeptanz, des Konsenses, aber ebenso der Durchsetzung der Interessen der eigenen Organisation – die Ziele liegen anders als bei den gesellschaftsbezogenen Theorien und dem systemtheoretischen Ansatz außerhalb der Öffentlichkeitsarbeit. Dieser vorzüglich operationalisierbare Ansatz wird hier vertreten. Instrumente einer so verstandenen Öffentlichkeitsarbeit können sein:

- Presse- und Medienarbeit sowie Online-Kommunikation
- Kampagnen und Events
- Markenkommunikation und Messeauftritte
- Reputationsmanagement
- Veränderungskommunikation
- Konflikt- und Krisenkommunikation

Dagegen liegen die Ziele des Kulturmanagements<sup>27</sup> nicht außerhalb dieser Sphäre; Kulturvermittlung begründet sich aus den kulturellen Werten, die vermittelt werden sollen. Sie werden nicht in den Dienst anderer Ziele gestellt. Das schließt nicht aus, dass Kulturvermittlung erfolgreich sein will. Nicht der Operntendant macht die besten Inszenierungen, der auch die letzten Zuschauer türenknallend vertrieben hat.

## 2 Ausstellungen als Kulturvermittlung

Ausgangspunkt der Planung sind die kulturellen Werte, die vermittelt werden sollen, z. B. die kulturelle Bereicherung, die die jüdische Kultur in Deutschland verkörpert (mit einer Ausstellung wie die oben erwähnte Ausstellung hebräischer Neuerwerbungen in der Bayerischen Staatsbibliothek), oder *5 000 Jahre Mediengeschichte von der Keilschrift bis zum Binärcode* (Dauerausstellung des Deutschen Buch- und Schriftmuseums der Deutschen Nationalbibliothek).<sup>28</sup> Die Frage, ob sich die Öffentlichkeit für das Thema oder die zu vermittelnden Werte interessiert, ist sekundär – je nach

<sup>26</sup> Musterbeispiel für diesen Ansatz: vgl. Fröhlich et al. (Hrsg.) 2015, S. 689–1087.

<sup>27</sup> Vgl. Klein (Hrsg.) 2011.

<sup>28</sup> Vgl. Schneiderheinze 2012. Siehe auch den Beitrag von S. Jacobs, *Mediengeschichte ausstellen – real und virtuell. Aus dem Deutschen Buch- und Schriftmuseum der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig* in diesem Band.



Positionierung des kulturellen Handlungsfelds kann es sich um eine Aufgabe der Volksbildung handeln, die auch unter den Auspizien Dantes stehen kann: Geh du nur deinen Weg und lass die Leute reden – oder: auch wenn die Leute nicht darüber reden.

Tröndle hat für die Positionierung kultureller Angebote eine Entscheidungslehre<sup>29</sup> vorgelegt; sie soll hier umrissen werden. Es sind die im Folgenden genannten Entscheidungstatbestände zu bearbeiten, wenn man ein Kulturprodukt erzeugen – also eine Ausstellung planen und durchführen oder eine Veranstaltung inszenieren will. Dabei kommt es darauf an, dass die Entscheidungen in allen Dimensionen zueinander passen und auf die Zielgruppen bezogen sind. Der Zielgruppenbezug muss keineswegs bedeuten, dass man einem Massengeschmack folgt oder an eine aktuelle Zielgruppe denkt. Es kann sich um eine sehr kleine Zielgruppe handeln wie beispielsweise Buchdesigner oder um eine Zielgruppe, die man sich künftig wünscht oder die man hinsichtlich Stil, Profil und Interessen durch sein kulturelles Angebot erst erzeugen möchte. Aber man muss, wenn nicht empirisch gesicherte, so doch realistische und plausible Annahmen über die Orientierungen dieser Zielgruppe haben, und zwar hinsichtlich jeder Dimension.

- Entscheidungen zum Produkt (zum Kulturangebot selbst) mit folgenden Dimensionen:
  - Konzeption: standardisiert, breitenorientiert versus individuell, nischenorientiert. Hinsichtlich einer Bibliotheksausstellung könnte die Entscheidung für Nischenorientierung ausfallen; dann würde man beispielsweise aus mittelalterlichen Handschriften grafische Darstellungen zum Thema Arbeit ausstellen. Das Wien Museum zeigte 2010 eine Ausstellung, die Individualität mit Breitenorientierung kombinierte: Gezeigt wurden Alltagsgegenstände aus der Lebenswelt einer Schulklasse mit hohem Migrantenanteil.<sup>30</sup>
  - Werk: Konvention, Reproduktion versus Innovation, Produktion. Bei Ausstellungen aus dem Bestand einer Bibliothek, ggf. angereichert mit weiteren Objekten, die man ggf. aus Museen oder Archiven leiht, handelt es sich naturgemäß immer um Reproduktion in dem Sinn, dass die Bibliothek keine neuen Objekte für die Ausstellung erzeugt. Aber sie konzipiert ggf. Schaufeln oder auch nur eine Betextung; diese können neue Gesichtspunkte ansprechen. Zeller<sup>31</sup> hat Kriterien für die Auswahl der Ausstellungsstücke formuliert, mehr aus der Sicht eines Literaturarchivs als aus bibliothekarischer Sicht: Ausstellungswürdig sind vor allem Autografen, dann die Objekte, die den Entstehungsprozess widerspiegeln (Porträts, Briefe, Bilddokumente der Lebensstätten, Rezensionen, Illustrationen u. a. m). Es kommt auf eine strenge Auswahl an; diese muss in sachbezogener Komposition mit Span-

<sup>29</sup> Vgl. Tröndle 2006.

<sup>30</sup> Vgl. Termini-Friedrich 2012.

<sup>31</sup> Vgl. Zeller 1991, S. 41–44.

nung, Lebendigkeit und Informationswert gezeigt werden. Die Ausstellung muss Bekanntes mit Unbekanntem kombinieren, damit ein breites Publikum angesprochen wird und auch der Kenner noch Entdeckungen machen kann. Der Autor hat selbst 1981 eine Ausstellung in der Amerika-Gedenkbibliothek Berlin<sup>32</sup> erstellt, die Gräber auf dem Friedhof neben der Bibliothek zum Ausgangspunkt nahm: Die Ausstellung zeigte große Fotos der Grabsteine und bettete sie in Bücher, Autografen, Alltagsobjekte, Schallplatten u. a. m. mit Bezug zum Verstorbenen ein.

- Interpretation, Inszenierung: standardisiert, reproduktiv, Gastspiel versus individuell, produktiv, Eigenproduktion. Eine vollkommen reproduktive Ausstellung ist eine Ausstellung, die die Bibliothek konfektioniert von einem Anbieter (z. B. Ministerium, Staatliche Fachstelle, Börsenverein) übernimmt. Aufwändiger ist eine Eigenproduktion, bei der die Bibliothek geeignete Objekte in ihrem Bestand herausucht. Sattler<sup>33</sup> wies darauf hin, dass bibliothekarische Kataloge keine Auskunft über die Eignung der Objekte für Ausstellungen geben – das ist im Zeitalter der OPACs etwas besser geworden, aber auch suchbare Fußnoten, die über exemplarspezifische Besonderheiten Auskunft geben, z. B. „Mit Widmung“ oder „Mit handschriftlichen Eintragungen“, sind nur ein Verdachtsmoment, das der Prüfung auf visuelle Attraktivität bedarf, den Weg zu dieser aber abkürzt. Besser gestaltet sich die Suche nach geeigneten Objekten, wenn diese als Digitalisat vorliegen. Die Reflexionen der Ausstellungspraktiker zeigen, dass die gezeigten Objekte in jedem Fall erst durch den Kontext, in den die Ausstellung sie einfügt, Bedeutung erhalten.<sup>34</sup>
- Programm: standardisiert, reproduktiv versus individuell, exklusivitätsorientiert. Hier geht es um mehr als die einzelne Ausstellung, vielmehr um die Programmatik der Ausstellungen einer Bibliothek insgesamt. Die Wissenschaftlichen Bibliotheken mit Alt- und Sonderbeständen setzen oft auf ein Programm, das gerade diese in ihren Ausstellungen herausstellt: Im Frühjahr werden die restaurierten Bach-Handschriften gezeigt, im Herbst die Originale der jüngst digitalisierten Altkarten, im nächsten Frühjahr vielleicht die gerade erworbene geschlossene Sammlung amerikanischer Comics der 1930er bis 1950er Jahre. Das Ruhr-Museum Essen präsentiert die Geschichte des Ruhrgebiets nicht chronologisch, sondern programmatisch nach den Themen Gegenwart, Gedächtnis, Geschichte.<sup>35</sup> Das Wien Museum arrondierte die erwähnte Ausstellung von Alltagsgegenständen Jugendlicher mit Migrati-

---

32 Die Idee stammte von Andreas Anderhub.

33 Vgl. Sattler 1991, S. 96–97.

34 Vgl. Natter et al. (Hrsg.) 2012.

35 Vgl. Grütter 2012.

- onshintergrund durch eine interkulturelle Projektwoche, Filme von Jugendlichen, Führungen zur Stadtgeschichte und einem Henna-Tattoo-Workshop.<sup>36</sup>
- Vermittlung: keine vermittelnde Intention versus stark vermittelnde Intention (z. B. pädagogisches Begleitprogramm). Die bibliothekarischen Ausstellungsmacher<sup>37</sup> fordern, dass auf jeden Fall ein Minimum an Vermittlung – Beschriftung der Objekte mit bibliografischen Angaben usw. und einem Kommentar – geleistet werden soll; darüber hinaus sind eine Audioführung, ein Katalog, eine Live-Führung wünschenswert. Mitunter wird die Ausstellung von Vorträgen umrahmt. So würdigte die Universitätsbibliothek Eichstätt-Ingolstadt das bedeutende Pflanzenbuch Hortus Eystettensis 400 Jahre nach seinem Erstdruck mit einer Ausstellung und einer Vortragsreihe.<sup>38</sup> Eine Öffentliche Bibliothek kann ihre Ausstellung mit Kursen der Volkshochschule kombinieren. Der Trend zu Ausstellungen, die die Aktivität der Besucher herausfordern<sup>39</sup> – beispielsweise: Die Besucher einer Ausstellung können einen 3D-Scan von sich im Maßstab 1:8 anfertigen oder sich Musikunterricht erteilen lassen – scheint in Bibliotheksausstellungen noch kaum Niederschlag gefunden zu haben.
  - Entscheidungen zur Präsentation (physischer und sozialer Ort des Angebots) mit folgenden Dimensionen:
    - Objekt und Kontext: zentrale Raumbelegung versus dezentrale Raumbelegung bis hin zu Wanderausstellungen. Freilich hat die Bibliothek in den meisten Fällen hier nichts zu entscheiden, weil sie über definierte Ausstellungsflächen verfügt – und seien es die Wände im Freihandbereich. Interessanter ist die Frage – und darauf zielt Tröndle – welche Programmatik auf welcher Fläche angemessen ist: Hat es Sinn, im langen Gang vom Eingang ins Gebäude zum Eingang in die Bibliotheksräume Vitrinen aufzustellen, in denen Bücher präsentiert werden? Zeller<sup>40</sup> fordert, dass eine literarische Ausstellung Sitzecken mit Büchern in Freihand aufweisen soll (in der Vitrine z. B. die Erstausgabe und das Manuskript, in der Freihand eine aktuelle Ausgabe); sie sollen das Lesen im Zusammenhang ermöglichen.
    - Szene: Standardräume (z. B. die Bibliothek selbst) versus zielgruppenorientierte Orte (z. B. der Marktplatz). Zielgruppenorientierte Räume bieten die Chance, ein Publikum anzusprechen, das (noch?) nicht in die Bibliothek kommt. Je nach Art (etwa Marktplatz versus Ausstellungsstudio am Bibliotheksfoyer) ist das Spektrum der Präsentation begrenzt; wertvolle Stücke kann man naturgemäß nur in geschützten Bereichen darbieten. Und die Pro-

---

<sup>36</sup> Vgl. Termini-Friedrich 2012.

<sup>37</sup> Vgl. Zeller 1991, S. 44.

<sup>38</sup> Vgl. Lorenz 2013.

<sup>39</sup> Vgl. Kruszynski 2012.

<sup>40</sup> Vgl. Zeller 1991, S. 44.

grammatik muss zum Ort passen – die Aktionsfläche im Einkaufszentrum ist jenseits der Sicherheitsfragen kein guter Ort für die Manuskripte von Lyrikern – oder doch? Für die Gutenberg-Ausstellung der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek des Jahres 2000 (die Universitätsbibliothek besitzt eines der vier erhaltenen Exemplare des Gutenberg-Bibeldrucks) wurde die historische Paulinerkirche, die einst die Universitätsbibliothek beherbergte, restauriert und in die ursprüngliche, auf vielen Stichen überlieferte Anmutung versetzt.<sup>41</sup> Das Ruhr-Museum Essen erreicht seit dem Standortwechsel in die ehemalige, nun als Event-Ort umgebaute *Zeche Zollverein* auch bildungsferne Schichten – und muss ihnen vermitteln, dass man nicht mit Hund und Bierflasche ins Museum gehen darf.<sup>42</sup>

- Dichte: zeitliche Streuung der Ausstellungen versus zeitliche Ballung. Die Entscheidung scheint vor allem etwas mit Arbeitskapazitäten zu tun zu haben. Weniger vordergründig geht es um konzeptionelle Fragen wie die folgenden: Soll eine Gruppe von Bibliotheken verwandte Ausstellungen – z. B. die Landesbibliothek historische Gartenbücher und die Stadtbibliothek praktische Gartenanleitungen – korrespondierend und zur selben Zeit anbieten? Sollen die Ausstellungsflächen und -vitrinen ständig bespielt werden oder will man Pausen zwischen den Ausstellungen, sei es auch nur, um das Publikum nicht zu überfordern?
- Wann und wie lange: standardisierte Wahl (z. B. während der Öffnungszeiten der Bibliothek) versus zielgruppenorientierte Wahl (z. B. während der Ausstellungsdauer verlängerte Öffnungszeiten; Führungen außerhalb der Öffnungszeiten). Soll eine Dauerausstellung gezeigt werden? Wie kann man erreichen, dass sie dauerhaft interessant bleibt – indem jede zwölfte Schulklasse eine Führung bekommt?
- Weitere Entscheidungsfelder betreffen in jeweils ähnlichen Dimensionen (Standard/Masse – Innovation/Zielgruppenorientierung): die Selbstdefinition des Bibliothekspersonals (z. B. Hüter kultureller Überlieferung versus Impulsgeber aktueller Diskurse), Leistungspotenziale (z. B. großes Haus mit vielen Mitarbeitern versus Übernahme von Fremdangeboten), Organisation des Kulturbetriebs (z. B. Dezentralisierung der Ausstellungsplanung und -durchführung auf die Lektoren versus Zentralisierung bei einem Spezialisten).

Die jeweils gegenübergestellten Pole (z. B. breitenorientiert versus nischenorientiert) sind nicht als Gegensatzpaar zu verstehen, sondern als Extrempunkte eines Kontinuums, in dem die angemessene Platzierung gefunden werden soll. Gleichwohl sind Tröndles Pole, so wertvoll seine Liste der Entscheidungstatbestände auch ist, einigermaßen schematisch.

---

41 Vgl. Fast 2005.

42 Vgl. Grütter 2012, S. 128.

Deshalb sollen kulturpolitische Leitbilder angesprochen werden, an denen sich die Programmatik der eigenen Ausstellungstätigkeit orientieren kann. Popp<sup>43</sup> umreißt folgende kulturpolitische Leitbilder:

- Kulturpflege: Das Kulturerbe soll bewahrt werden (z. B. Denkmalpflege, Museen, klassische Theater, volkstümliches Liedgut). Erkennbar folgen viele Wissenschaftliche Bibliotheken mit einem Großteil ihrer Ausstellungen diesem Leitbild.
- Das Wahre, Gute und Schöne: Kunst und Kultur heben sich vom Alltag ab und blenden die Widrigkeit der Realität aus. Dieses Leitbild kann immer noch Geltung beanspruchen, wenn man ihm mit einem ironischen Augenzwinkern folgt.
- Erlebniskultur: Es geht um die Organisation kultureller Höhepunkte wie Festivals, die zur Identität und zum Image der Stadt beitragen sollen.
- Standortfaktor Kultur: Kulturelle Angebote sollen die Attraktivität der Stadt für Investitionen und wirtschaftliche Entwicklung fördern.
- Marktkultur: Die Kulturpolitik richtet sich weniger auf die Schaffung von kulturellen Angeboten durch die öffentliche Hand, sondern will Rahmenbedingungen verbessern, damit kulturelle Bedürfnisse primär durch Angebote der Kulturwirtschaft (z. B. kommerzielle Musicaltheater, Kinos) befriedigt werden können.
- Avantgarde: Die Kulturpolitik fördert vor allem kulturelle Einrichtungen, die überlieferte kulturelle Ausdrucksformen sprengen wollen und sich vom Massengeschmack absetzen.
- Multimedia-Kultur: Mit dem Internet verbundene oder über das Internet vermittelte kulturelle Inhalte und Ausdrucksformen sollen gefördert werden.
- Kunden- und Mitarbeiterorientierung: Zufriedene Kunden und zufriedene Mitarbeiter sind das Ziel, die Inhalte sind nachgeordnet. Das kulturelle Angebot richtet sich daran aus, was beste Besucherzahlen erzeugt oder was die Mitarbeiter am meisten zufriedenstellt – aber was soll man tun, wenn beide Ziele nicht deckungsgleich sind?

Die folgenden der von Popp skizzierten Leitbilder können für Öffentliche Bibliotheken besonders interessant sein:

- Demokratische Kultur: Ausweitung der Zielgruppen und Inhalte der Kulturarbeit auf tendenziell die gesamte Bevölkerung. Entsprechend sind die Angebote vielfältig, kleinteilig und berücksichtigen auch Minderheiten, etwa: Der örtliche Fotoverein stellt Arbeiten seiner Mitglieder aus; ein privater Sammler von Igelfiguren präsentiert seine Sammlung usw.
- Dezentrale Kultur: Es geht um die kulturelle Aufwertung der Stadtteile; Ziel ist die Identifikation der Bürger mit ihrem Wohnumfeld.
- Soziokultur: Eine sozial und politisch offene Kulturarbeit, die sich an Alltagsthemen der Bürger orientiert, auf Eigeninitiative der Bürger setzt und deren Selbstorganisation fördert. Hier handelt es sich vor allem darum, dass die Bibliothek

---

43 Vgl. Popp 1992.

Kontakte knüpft und die Bibliotheksräume Bürgergruppen, Vereinen und Initiativen für deren Präsentationen zur Verfügung stellt. Unverzichtbar bei diesem Leitbild, ergänzend zu Popp, ist eine schriftliche Richtlinie – möglichst von der Gemeindevertretung beschlossen – die ein inhaltliches Spektrum eingrenzt und Inhalte und Formen, die der freiheitlich-demokratischen Grundordnung, dem Menschenbild des Grundgesetzes und in diesem Kreis dem Profil der Kulturarbeit der Bibliothek widersprechen, ausschließt. Dieses Spektrum ist naturgemäß enger als der Rahmen dessen, was das Strafgesetzbuch zulässt. Und die Richtlinie muss klarstellen, wer abschließend darüber entscheidet, wer was in der Bibliothek ausstellen darf, ferner dass kein Rechtsanspruch darauf besteht, in der Bibliothek auszustellen.

- Freie Kultur: Die nicht-kommerziellen Kulturanbieter, die sich in Vereinen, Initiativen usw. organisieren, werden gefördert, statt dass die öffentliche Hand (nur eigene Kultureinrichtungen mit Angestellten des öffentlichen Dienstes betreibt. Auch hier muss eine Richtlinie Rahmen und Entscheidungskompetenz regeln.
- Multikultur: Die unterschiedlichen Kulturen der hier lebenden Ausländer, Flüchtlinge und der Migranten sollen akzeptiert und gefördert werden. Auch hier fordert die Erfahrung, dass der Kulturbegriff präzisiert und Grenzen dessen definiert werden, was akzeptiert und gefördert werden soll.

Die Durchsicht mehrerer Jahrgänge von Kulturzeitschriften führte zu einer differenzierteren Palette von Leitbildern für Kulturmanagement. Sie kann hier nur stichwortartig in Tabellenform angerissen werden und bezieht sich nicht nur auf Ausstellungen, sondern auf alle Arten kultureller Produkte. Die letzte Spalte nennt die Affinität zu Ausstellungen – wenige Leitbilder haben eine hohe Affinität zu Ausstellungen.

**Tab. 1:** Leitbilder für Kulturmanagement, bezogen auf alle Arten kultureller Produkte.

<b>Schlüsselbegriff</b>	<b>Kulturpolitische Ziele</b>	<b>Beispiele</b>	<b>Affinität zu Ausstellungen</b>
Alltagskultur	Den Bürgern zum bewussten Umgang mit den alltäglichen kulturellen Ausdrucksformen zu verhelfen	Ausstellung über Kopftücher bei deutschen und türkischen Frauen, Ausstellung über Graffiti, Stadtfeste	Mittel
Amateurlkultur	Bürgern Raum zur kulturellen Betätigung in ihrer Freizeit zu geben	Amateurtheater, -chöre, Ausstellung des Fotoclubs, Schülerband	Hoch
Arbeiterkultur	Den Arbeitern Kultur zu bringen oder ihnen zu einem eigenen kulturellen Ausdruck zu verhelfen	Arbeiterliteratur, -theater, Schalmeykonzerte	Gering

<b>Schlüsselbegriff</b>	<b>Kulturpolitische Ziele</b>	<b>Beispiele</b>	<b>Affinität zu Ausstellungen</b>
Eventkultur	Durch große Namen und festliche Ereignisse ein saturiertes Lebensgefühl zu steigern	Pomp, Duck and Circumstances	Gering
Freie Gruppen	Kulturellen (semi-)professionellen Gruppen außerhalb öffentlicher Institutionen Entwicklungsmöglichkeiten zu geben	Auftritte Freier Theater-, Musik-, Kleinkunstgruppen	Gering
Hochkultur	Zum Schönen, Wahren und Guten zu führen, kulturelle Repräsentation der Elite	Kammerkonzert, Oper, Sprechtheater, Inkunabel-Ausstellung	Hoch
Kultur für alle	Allen Bürgern die Teilhabe an kulturellen Werten und die kulturelle Selbstbetätigung zu ermöglichen	Unspezifisch, anything goes	Mittel
Kulturanthropologie	Den Menschen zur Selbstverwirklichung und Emanzipation zu verhelfen	Unspezifische Veranstaltungen	Gering
Kulturelle Bildung	Den Menschen zur Erweiterung ihrer kulturellen Kenntnis und Selbsterkenntnis zu verhelfen, Kreativität zu fördern	Literaturgesprächskreis, Gesprächskonzert, Ausstellung zur Buch- und Schriftgeschichte	Hoch
Kulturelle Minderheiten	Den Austausch und die Toleranz zwischen Minderheiten und der Mehrheit zu fördern	Kurdisches Neujahrsfest, Tanzgruppe aus Somalia, sorbische Folklore	Gering
Kulturökologie	Den Menschen zur Selbsterkenntnis, Selbstbesinnung zu verhelfen	Bauchtanz, Batik, Bibelkreis	Gering
Kulturökonomie	Kulturelle Angebote für ökonomische Zwecke (Stadtmarketing, Wirtschaftswachstum) nutzbar zu machen	Kulturelle Stadtinszenierung	Gering
Kulturanthropologie	Den Menschen zur Übereinstimmung mit Heimat und Tradition zu verhelfen	Mundartlesungen, Folklore, Ausstellung zur Ortsgeschichte	Mittel
Leseförderung	Das Lesen als Kulturtechnik zu erhalten und zu fördern	Lesenächte, Lesewettbewerbe, Bilderbuchkino	Gering
Literaturförderung	Literatur und Autoren zu fördern	Autorenlesungen, ggf. mit Musik, Speisen und Getränken, Literaturstipendien, Stadtschreiber	Mittel
Medienkompetenz	Kompetenzen im Umgang mit Medien zu entwickeln und zu fördern	Schüler gestalten eine digitale Schülerzeitung fürs Internet	Gering

Schlüsselbegriff	Kulturpolitische Ziele	Beispiele	Affinität zu Ausstellungen
Mitmachkultur	Den Menschen zur Selbstentfaltung durch kulturelle Eigenbetätigung zu verhelfen	Psychodrama, Gruppenspiele, organisierte Graffiti	Gering
Soziale Befriedung	Durch kulturelle Angebote Betätigungsfelder und Sinn zu stiften, um Vandalismus zu verhindern	Jugendfreizeiteinrichtungen	Gering
Soziokultur	Besonders im Wohnkiez Brücken zu schlagen zwischen Kunst und Alltag, damit dieser als veränderbar erlebt wird	Kulturladen, Geschichtswerkstatt, Ausstellung über Stadtplanung von unten	Mittel
Unterhaltung	Dem legitimen Bedürfnis nach Ablenkung und Zerstreuung Raum zu geben	Show, Musical, Unterhaltungsfilm	Gering

### 3 Ausstellungen als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit

Ausstellungen als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit sollen zunächst in den Kontext eines Marketing-Ansatzes gestellt werden. Das Bibliotheksmarketing setzt vier Handlungsfelder ein, um Bedarfe der Benutzer zu decken:

- Die Produktpolitik formuliert einen Dienstleistungskatalog und gestaltet die Dienstleistungen im Einzelnen. Dazu können neben den klassischen bibliothekarischen Dienstleistungen wie ein zur Benutzung bereitstehender Bestand oder Publikumsarbeitsplätze mit WLAN auch innovative Dienstleistungen wie Forschungsdatenmanagement<sup>44</sup> oder der Einsatz von Embedded Librarians<sup>45</sup> gehören. Kulturangebote wie Veranstaltungen oder Ausstellungen als Kulturvermittlung sind ebenfalls Gegenstand der Produktpolitik. Sie werden nach Überlegungen gestaltet, wie sie in Abschnitt 2 umrissen wurden. Da Dienstleistungen zu erheblichen Teilen personengebunden sind, hat das Management des Personals im Publikumskontakt (Fortbildung und Personalentwicklung, Gestaltung neuer Dienstleistungen) eine besondere Bedeutung und wird mitunter als eigenes Handlungsfeld neben der Produktpolitik verstanden.
- Die Distributionspolitik entscheidet über Orte und Zeiten des Zugangs zu den Dienstleistungen (Bibliotheksfilialen, Öffnungszeiten, Leihfristen, Dokument-

<sup>44</sup> Vgl. Büttner et al. (Hrsg.) 2011.

<sup>45</sup> Vgl. Shumaker 2014.



lieferdienste usw.). Ob die Dienste digitaler Bibliotheken Gegenstand der Produkt- oder Distributionspolitik sind, darüber gibt es theoretisch kaum eine Reflexion; die Frage ist von geringer praktisch-planerischer Bedeutung. Unabhängig davon müssen digitale Dienstleistungen in jedem Fall genau wie konventionelle Dienstleistungen unter Marketing-Gesichtspunkten geplant werden.

- Die Gegenleistungspolitik legt Preise für die Dienstleistungen fest. Das Handlungsfeld scheint für Bibliotheken, für die nicht Preislisten, sondern Gebührenordnungen gelten, keine Relevanz zu haben. Aber beispielsweise haben Öffentliche Bibliotheken eine höhere Akzeptanz von Benutzungsgebühren festgestellt, wenn es alternativ zur Jahreskarte für vielleicht 30 Euro auch eine Monatslizenz für 4 Euro gibt.
- Die Kommunikationspolitik informiert die Nutzer und die potenziellen Nutzer über die Dienstleistungen (Werbung, ggf. auch Werbung für eine Ausstellung oder Veranstaltung), die Verwendung der Dienstleistungen (Benutzerschulung und -beratung) und gestaltet insgesamt die Kommunikations- und Interaktionsbeziehungen zwischen Bibliothek und Umwelt unter strategischen Auspizien (Öffentlichkeitsarbeit).

Es kommt maßgeblich darauf an, dass erstens alle Aktivitäten dieser Handlungsfelder auf den Benutzerbedarf ausgerichtet und zweitens untereinander koordiniert sind. Ausgangspunkt der Planung einer so verstandenen Öffentlichkeitsarbeit sind nicht zu vermittelnde kulturelle Werte, die oft ja keineswegs die Antwort auf einen Bedarf sind, sondern umgekehrt die Rezipienten mit Neuem konfrontieren. Ausgangspunkt<sup>46</sup> sind vielmehr diese Fragen:

- Welche Aspekte der bibliothekarischen Arbeit benötigen eine besondere kommunikative Unterstützung? Beispielsweise kann die Bibliothek festgestellt haben, dass ihre Rolle in der Leseförderung nicht angemessen gewürdigt wird oder dass ihre Sammlung schöner Stücke mit *Over the Edge Painting* auch unter Kennern kaum bekannt ist.
- Auf welche Erwartungen ihrer Zielgruppen soll die Bibliothek kommunikativ reagieren? Bei Landesbibliotheken ist die Erwartung verbreitet, dass sie die kulturelle regionale Überlieferung bewahren. Die Erwartung an Öffentliche Bibliotheken ist oft diffus; mitunter wird kritisch gefragt, welchen Sinn es hat, Steuergelder für austauschbare, kommerziell erfolgreiche Lesestoffe zu verwenden.
- Welche vorhandenen Beziehungen der Bibliothek zu ihren Zielgruppen bergen Desinteresse oder Konfliktpotenzial, welche vorhandenen oder potenziellen Beziehungen können Kooperationspotenzial bieten? Nicht selten sind Öffentliche Bibliotheken mit kommunalpolitischem Desinteresse konfrontiert – in Zeiten problemloser Finanzierung guter Kulturetats konnten sie in diesem Wahrnehmungsschatten ganz komfortabel leben. Aber wenn in jener fernen Ära keine

---

<sup>46</sup> Ich orientiere mich bei diesen Fragen an Schulz 1992.

kommunalpolitische Legitimation der Öffentlichen Bibliothek aufgebaut wurde, dann wird es schwierig, in Sparrunden die Frage überzeugend zu beantworten: Wozu brauchen wir die Bibliothek?

Nach Klärung dieser Fragen bearbeitet man folgende weitere Fragen. Sie dienen vor allem dem Zweck, die Antworten auf die ersten drei Fragen wirksam an die richtigen Adressaten zu bringen:

- Welches sind die Funktionsträger der wichtigen Zielgruppen und Bündnispartner? Öffentlichkeit ist dann besonders wirkungsvoll, wenn gezielt die relevanten Entscheidungsträger angesprochen werden. Bei einer Hochschulbibliothek können das die Mitglieder der Bibliothekskommission und das Rektorat sein, bei einer kommunalen Bibliothek die Leitung des Fachbereichs und die Mitglieder des Kulturausschusses.
- Welche Informationsbedürfnisse über die Bibliothek sind dort vorhanden? Mit welchen Botschaften kann die Bibliothek darauf eingehen? Diese Frage konkretisiert die erste Frage mit Blick auf die Funktionsträger und Entscheidungsträger.
- Wie müssen diese Botschaften sprachlich und visuell gestaltet sein, in welchen Informationskanälen müssen sie übermittelt werden, damit die Zielgruppen sie wahrnehmen und verstehen? Jetzt können Ausstellungen ins Spiel kommen. Wenn die Untersuchung dieser Frage ergibt, dass Ausstellungen der beste Informationskanal – oder ein andere Informationskanäle wie einen Pressespiegel wirksam unterstützendes Mittel – sind, dann entscheidet man, eine Ausstellung als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen. Beispielsweise kann eine Öffentliche Bibliothek – wie etwa die in Mönchengladbach, die interessante historische Bestände hat – nicht nur in ihrer Pressearbeit auf diese hinweisen, sondern eine Ausstellung mit interessanten Stücken daraus als Ausgangspunkt der Pressearbeit einsetzen, wenn ihr Ziel ist, sich als Bibliothek zu profilieren, die über ihre aktuellen Funktionen als Öffentliche Bibliothek hinaus Anteil an der Bewahrung des kulturellen Erbes hat. Beim oben genannten Beispiel – mangelnde Bekanntheit der Sammlung schöner Stücke mit *Over the Edge Painting* – bietet sich eine Ausstellung, vielleicht mehr noch eine Online-Ausstellung an; gegen die unbefriedigende Würdigung der Leseförderung wäre ein Statement eines Schulleiters im Kulturausschuss die wirksamere Maßnahme.
- Welche Wertvorstellungen gelten bei den Zielgruppen? Wie können die Botschaften der Bibliothek diesen Wertvorstellungen angepasst werden? Um das eben angeführte Beispiel Mönchengladbach fortzusetzen: Jene Profilierung funktioniert nur dann, wenn die Zielgruppen die Bewahrung des kulturellen Erbes überhaupt als kommunale Aufgabe anerkennen. Die Stadt Mainz musste 2011 wegen Überschuldung einschneidende Sparmaßnahmen ergreifen: Ihre wissenschaftliche Stadtbibliothek sollte wesentlich verkleinert, ihre historischen Bestände größtenteils an Einrichtungen wie das Stadtarchiv oder die Universitätsbibliothek

abgegeben werden.<sup>47</sup> Die Bewahrung des kulturellen Erbes wurde in der kommunalpolitischen Meinungsbildung nicht als Ziel anerkannt. Der Protest der Mitarbeiter und des Fördervereins (Mainzer Bibliotheksgesellschaft<sup>48</sup>) verhinderten das Vorhaben; die wissenschaftliche Stadtbibliothek wird heute mit unzerteilten Beständen, gleichwohl mit Einsparungen in geplanter Höhe, die vor allem das Personal, aber auch den Erwerbungssetat betreffen, fortgeführt.

- Die letzte Frage ist in einem Marketing-Zyklus unverzichtbar: Haben die kommunikativen Maßnahmen die angestrebten Resultate erreicht? Sollen die begonnenen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit im Sinn einer Stabilisierung fortgesetzt werden oder erscheint eine andere Kommunikationsstrategie als Erfolg versprechender? Eine entsprechende Frage gibt es für Ausstellungen als Kulturvermittlung nicht. Zwar kann man auch hier fragen, ob die Kulturvermittlung eine gewünschte Wirkung tatsächlich erreicht hat, z. B. eine Breitenwirkung in der gymnasialen Schülerschaft oder einen Forschungsimpuls für einige Kulturwissenschaftler. Aber die anschließende Frage nach einem möglichen Wechsel der Kommunikationsstrategie – also vielleicht Verzicht auf Kulturvermittlung und stattdessen Subventionierung von Parkhäusern, um die Stadt als Einkaufsmetropole attraktiver zu machen – steht für Kulturvermittler nicht zur Diskussion. Dagegen kann eine Analyse der Wirkung von Ausstellungen als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit ergeben, dass andere Instrumente wie beispielsweise Gremienarbeit erfolgreicher sind, sodass die Bibliothek ihre knappen Arbeitskapazitäten besser dafür verwendet.

## 4 Fazit

Die beiden Ansätze: *Ausstellungen als Kulturvermittlung* und *Ausstellungen als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit* schließen sich nicht grundsätzlich aus. Eine Ausstellung, die wegen ihrer Kultur vermittelnden Funktion geplant wurde, kann der Öffentlichkeitsarbeit Impulse geben. Die Ausstellungen der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen etwa knüpfen an die kulturellen Werte ihrer Bestände an, fügen sich zugleich in das Stadtmarketing der Stadt Göttingen ein (Göttingen als Wissenschaftsstadt)<sup>49</sup> Umgekehrt erhält eine Ausstellung nicht dadurch, dass sie kulturell hochstehend ist, eine kommunikative Wirkung im Sinn der Öffentlichkeitsarbeit.

---

<sup>47</sup> Vgl. Fliedner 2014.

<sup>48</sup> <http://www.mainzerbibliotheksgesellschaft.de/startseite.html> (04.02.2016).

<sup>49</sup> Fast 2005.

## Literatur und Internetquellen

- Arbeitsgemeinschaft Sammlung Deutscher Drucke. (2015). *25 Jahre Arbeitsgemeinschaft Sammlung Deutscher Drucke*. [http://www.ag-sdd.de/Subsites/agsdd/DE/Jubilaem/jubilaem\\_node.html](http://www.ag-sdd.de/Subsites/agsdd/DE/Jubilaem/jubilaem_node.html) (04.02.2016).
- Alder, B. & Brok, B. den (Hrsg.). (2012). *Die perfekte Ausstellung: ein Praxisleitfaden zum Projektmanagement von Ausstellungen*. Bielefeld: Transcript.
- Bubenik, C. (2015). Happy Birthday SDD. 25 Jahre Sammlung Deutscher Drucke. *Bibliotheks-Magazin*, 10(1), 44–49.
- Büttner, S., Hobohm, H.-C. & Müller, L. (Hrsg.). (2011). *Handbuch Forschungsdatenmanagement*. Bad Honnef: Bock + Herchen.
- Dernbach, B. (2015). Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze. In P. Szyszka, G. Bentele & R. Fröhlich (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (S. 143–153). Berlin: De Gruyter.
- Dietz-Schrinner, C. & Kärcher-Prüß, S. (2014). Hahnstätten. Ausstellung in Zusammenarbeit mit Kulturhaus. *Bibliotheken heute*, 10(1), 7.
- Fast, J.-J. (2005). Bibliotheksausstellungen in Göttingen. In M. Bargheer & K. Ceynowa (Hrsg.), *Tradition und Zukunft: die Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen* (S. 93–110). Göttingen: Universitätsverlag.
- Faulstich, W. (2001). *Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit*. München: Fink.
- Fliedner, S. (2014). Die Wissenschaftliche Stadtbibliothek Mainz. Neuausrichtung in Reaktion auf nachhaltige Sparmaßnahmen – gezielte Umstrukturierung statt Abwicklung. *Bibliotheksdienst*, 48(7), 506–516.
- Fröhlich, R., Szyszka, P. & Bentele, G. (Hrsg.). (2015). *Handbuch der Public Relations*. Berlin: De Gruyter.
- Geigenberger, T. (2012). Die Bibliothek im König-Ludwig-Fieber. *Bibliotheksforum Bayern*, 6(3), 186.
- Grüner, R. (2015). Künstlerbücher der Wendezeit. *Bibliotheksforum Bayern*, 9(1), 47–51.
- Grütter, T. (2012). Das Ruhr-Museum Essen. In B. Alder & B. den Brok (Hrsg.), *Die perfekte Ausstellung* (S. 120–129). Bielefeld: Transcript.
- Höhl, M. (Hrsg.). (1982). Öffentlichkeitsarbeit und Werbung Öffentlicher Bibliotheken. Berlin: Deutsches Bibliotheksinstitut (dbi-Materialien, 14).
- Hubert-Reichling, S. (2015). Zweibrücker Mennoniten-Ausstellung wurde zum Besuchermagneten. *Bibliotheken heute*, 11(2), 95.
- Klein, A. (Hrsg.) (2011). *Kompendium Kulturmanagement*. München: Vahlen.
- Kremer, B. (2014). Göllheim: Ausstellung und Buchpräsentation. *Bibliotheken heute*, 10(1), 6.
- Kruszynski, A. (2012). Generationenwechsel. In T. Natter, M. Fehr & B. Habsburg-Lothringen (Hrsg.), *Die Praxis der Ausstellung* (S. 201–216). Bielefeld: Transcript.
- Kurz, S. (2012). In der Schmiede Vulkans – Feuerberge und Erdbeben. *Bibliotheksforum Bayern*, 6(4), 283–285.
- Lorenz, G. (2013). Der Hortus Eystettensis feiert Geburtstag. *Bibliotheksforum Bayern*, 7(3), 188f.
- Mainzer Bibliotheksgesellschaft (2015). Willkommen bei der Mainzer Bibliotheksgesellschaft. <http://www.mainzerbibliotheksgesellschaft.de/startseite.html> (04.02.2016).
- Natter, T., Fehr, M. & Habsburg-Lothringen, B. (Hrsg.). (2012). *Die Praxis der Ausstellung*. Bielefeld: Transcript.
- Pahl, G. (2012). 100 Jahre Sammlerleben – 500 Jahre Kartenschätze. *Bibliotheken heute*, 8(3), 121–124.
- Popp, M. (1992). Von der Notwendigkeit kulturpolitischer Leitbilder. In P. Braun (Hrsg.), *Der Kulturmanager* (Loseblattsammlung, Abschnitt 2-2). Stadtbergen: Kognos Verlag.
- Reichert, G. (2015). Die Asylotheek – eine gesellschaftliche Notwendigkeit. *Bibliotheksforum Bayern*, 9(3), 176–180.

- Rheinland-Pfalz. Staatskanzlei. (2014). Kostbarkeiten aus der Bibliothek des Klosters Maria Laach. *Bibliotheken heute*, 10(3), 148.
- Ronneberger, F. (1977). *Legitimation durch Information*. Düsseldorf, Wien: Econ-Verlag.
- Sattler, P. (1991). Ausstellungen als bibliothekarische Aufgabe. In S. Ebling (Hrsg.), *Literarische Ausstellungen von 1949 bis 1985* (S. 95–105). München: Saur (Literatur und Archiv, 5).
- Sauer, C. (2014). Unsere Stadtbibliothek hat schon gründlich ausgemistet. Vom Umgang mit verbotener und regimekonformer Literatur an den städtischen Bibliotheken Nürnbergs zwischen 1933 und 1945. *Bibliotheksforum Bayern*, 8(3), 223–227.
- Schmidt, M. (2001). *Auf dem Weg zur bibliotheksspezifischen Öffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden: Harrassowitz.
- Schneiderheinze, H. (2012). Zeichen – Bücher – Netze. *Dialog mit Bibliotheken*, 24(2), 35–37.
- Schulz, B. (1992). *Strategische Planung von Public Relations*. Frankfurt: Campus.
- Shumaker, D. (2014). *Embedded librarian: innovative strategies for taking knowledge where it's needed*. Medford: Information Today, Inc.
- Teigelkämper, S. (2012). „Vive la France!“ – Französische Kultur- und Genusswochen in Unterfranken. *Bibliotheksforum Bayern*, 6(4), 277–280.
- Termini-Friedrich, I. (2012). Das Wien Museum. In B. Alder & B. den Brok (Hrsg.), *Die perfekte Ausstellung* (S. 180–186). Bielefeld: Transcript.
- Tröndle, M. (2006). *Entscheiden im Kulturbetrieb*. Bern: Hep.
- Wimmer, S. J. (2015). Von Sulzbach bis Tel Aviv. *Bibliotheksforum Bayern*, 9(3), 203–207.
- Zeller, B. (1991). Literatúrausstellungen. In S. Ebeling (Hrsg.), *Literarische Ausstellungen von 1949 bis 1985* (S. 39–44). München: Saur (Literatur und Archiv, 5).