



Mit den sogenannten Kommunikatorinnen hebt das Museum für Kommunikation in Bern die Interaktion auf eine neue Ebene – der direkte Dialog kommt in die Ausstellung. © Museum für Kommunikation; Foto: Thijs Wolzak

## Die Berner Formel

Erinnern Sie sich kurz an Ihren letzten Museumsbesuch: Wem sind Sie da begegnet? In ganz seltenen Fällen war es die Direktorin oder ein Kurator. Viel wahrscheinlicher ist: Sie sind vor allem den Museumsaufsichten begegnet. In vielen Schweizer Museen eine Berufsgruppe mit Anstellung im Stundenlohn, ohne Museumsausbildung, rekrutiert aus Studierenden und Pensionierten.

Am meisten Publikumskontakt haben damit genau die Mitarbeitenden mit wenig Ausbildung. «Keine ideale Situation oder möglicherweise sogar ein strategischer Fehler?», fragte sich Gallus Staubli. Er leitet im Museum für Kommunikation in Bern (Schweiz) den Bereich Bildung und Vermittlung und machte sich 2014 gründliche Gedanken zum Kontakt zwischen Museum und Publikum. Das Museum war gerade mitten in einer Gesamterneuerung und entwarf seine Dauerausstellung neu. Allen im Team war klar, dass die Besucherinnen und Besucher viel enger einbezogen werden sollten. Die Knochelei kondensierte letztlich in der Berner Formel:  $E3 = P \times M$ .

### Wenn sich Publikum und Museum begegnen

Die Formel sieht kryptisch aus. Im Grunde bringt sie aber einen einfachen Gedanken auf den Punkt: Eine echte Verbindung von Publikum (P) und Museum (M) entsteht durch die Potenzierung der drei E – Erlebnis, Erfahrung, Erkenntnis. Für die Umsetzung hat sich das Team mit Gallus Staubli viel vorgenommen. Das Museum für Kommunikation hat nämlich eine neue Berufsgruppe erfunden. Gallus Staubli nennt sie Kommunikatorinnen und Kommunikatoren – und sie haben die Museumsaufsichten zum Verschwinden gebracht.

«Aufgabe einer Museumsaufsicht ist es, die Besuchenden in Schach zu halten», erklärt Staubli. Keine dankbare Aufgabe. Eigentlich mögen das weder die Aufsichten noch die Besuchenden und im besten Fall haben sie nichts miteinander zu tun. Für ein Haus, auf dem Kommunikation draufsteht und das sich Interaktion auf die Fahnen schreibt, ist das allerdings keine attraktive Konstellation. Staubli war schnell klar, dass sich da mehr herausholen lässt. Aus den Bewachern sollen Gastgeber werden. Damit wird der Beteiligungsgrad des Publikums erhöht – das Museum gibt aber auch einen Teil seiner Deutungshoheit ab. Nur so entsteht ein Dialog auf Augenhöhe, die Gäste stehen im Mittelpunkt.

### Ein neuer Job belebt das Museum

Zusammen mit dem Erwachsenenbildner Hanspeter Ott konzipierte Staubli darauf einen Lehrgang. Die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren sollen nicht bloss ein neues Label sein, dahinter muss auch eine solide Ausbildung stehen. 20 neue Festangestellte werden schliesslich in 26 Tagen über einen Zeitraum von vier Monaten ausgebildet zu: Wissensvermittlerinnen, Reklamationsmanagern, Spielleiterinnen, Zuhörern, Notfallmanagerinnen, Animatoren, Eisbrecherinnen, Auskunftspersonen ...

Ganz konkret sind seither konstant drei bis fünf Kommunikatorinnen und Kommunikatoren in der Ausstellung unterwegs. Als Gastgebende gehen sie individuell auf die Besuchenden ein und schaffen spielerisch einen Zugang zu den Inhalten des Museums. Wenn zum Beispiel die Medien über Jeff Bezos als



Die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren sind an der schwarzen Kleidung erkennbar und gehen aktiv auf die Besuchenden zu.

© Museum für Kommunikation; Foto: Beat Schweizer

reichstem Mann der Welt berichten, entwickeln sie daraus ein inverses Monopoly, bei dem man sein grosses Vermögen loswerden muss. Daraus entstehen hochinteressante Diskussionen über Reichtum, Armut und den Wert von Geld. Wenn Facebook erklärt, auch eine Dating-Plattform zu sein, zeigen wir im Museum mit der Aktion «Ein Date mit...», dass Kontaktaufnahme mit Menschen und ihren Geschichten in einer Ausstellung viel unmittelbarer funktioniert. Und sollen unsere Besuchenden ihr ganzes Leben in Hemmingway'scher Manier in sechs Worte fassen, dann werden die Gespräche und Themen definitiv vielschichtig und berührend.

Darüber hinaus sind die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren auch für die dynamische Anpassung der Kernaussstellung verantwortlich, sorgen für technischen Support, machen Führungen und sind für die Sicherheit im Museum zuständig. Interessanterweise stellt ein Publikum, das begrüsst worden ist und sich mit dem Museumspersonal ausgetauscht hat, kaum mehr ein Sicherheitsrisiko dar.

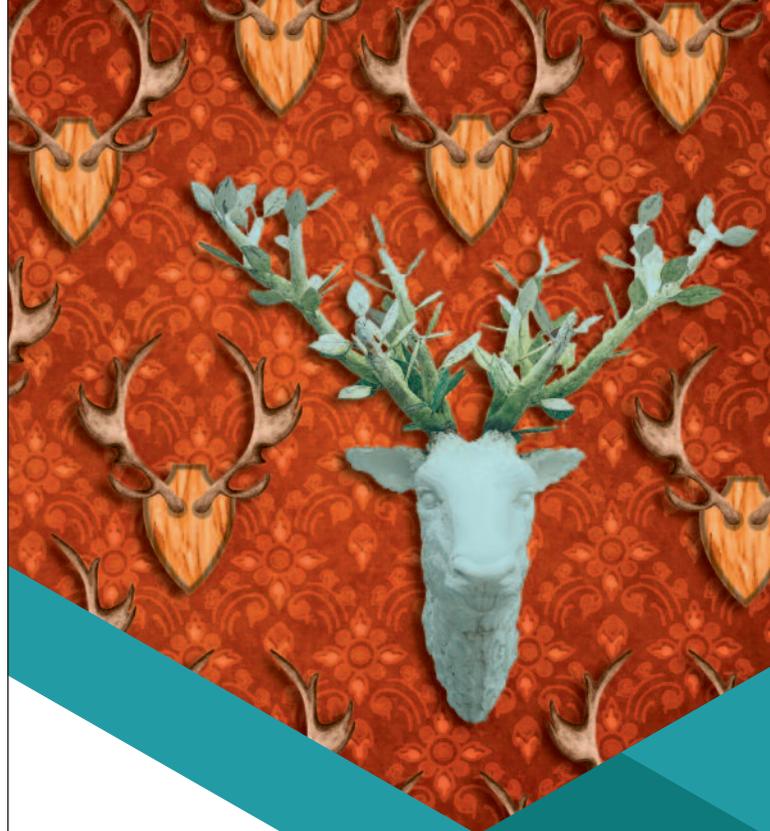
## Erfolgreiches Museum

Mit der Einführung dieser neuen Berufsgruppe hat das Museum für Kommunikation in Bern nicht nur ein schweizweites Alleinstellungsmerkmal kreiert, sondern auch seine Besucherzahlen deutlich erhöht: Von rund 80.000 vor der Einführung auf 115.000 im Jahr 2019.

2019 erhielt das Museum zudem den renommierten Museumspreis des Europarates. Die Jury zeigte sich beeindruckt vom «demokratischen Ansatz» der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren.

### Museum für Kommunikation

Nico Gurtner, Leiter Marketing & Kommunikation  
Helvetiastrasse 16, CH-3000 Bern 6  
www.mfk.ch  
n.gurtner@mfk.ch



Individuelle  
Depotanlagen  
intelligent  
entwickelt.

## DAS BESONDERE. UNSER STANDARD!

ArchiBALD plant, entwickelt und liefert individuelle Depoteinrichtungen. Ob Regalsysteme für unterschiedlichste Anwendungen, Zugwandsysteme für die Lagerung von Gemälden oder Schränke für Ihr Schaudapot, unser breites Produktportfolio bietet Lösungen für alle Bereiche. Erfahren Sie mehr:  
[www.archibald-regalanlagen.de](http://www.archibald-regalanlagen.de)

**ARCHIBALD**   
REGALANLAGEN

Archivierungssysteme  
Bibliotheksregale  
Archivregale  
Lagerregale  
Depotsysteme für Museen