

Vorwort

Schaut man auf die städtebaulichen Entwicklungen der letzten Jahre, so erfreuen sich Kulturbauten wie Konzerthäuser, Kulturzentren und insbesondere auch Museen einer großen Beliebtheit. Brüsteten sich Städte noch vor hundert Jahren mit der Anzahl der rauchenden Fabrikschornsteine, die ihr Panorama durchzogen, so ist es heute die Hervorhebung von kulturellen Bauprojekten mit der Attraktivität, Ansehen und Bedeutung impliziert werden sollen. Ein Wirtschaftsstandort, der nicht auch zugleich Kulturstandort ist, ist somit fast nicht denkbar. Dennoch steht dieser übergeordneten Bedeutung von Kultur und ihren Stätten ein stetiger Kampf um Besucher seitens der Kulturinstitutionen gegenüber. Die Konkurrenz gerade für Museen ist groß und ebenso die Frage, wessen es bedarf, um ein Museum als Ort gegenüber anderen Freizeitorten attraktiver zu machen. Wodurch kann es sich hervortun und zu einem besonderen Erlebnis werden, nachdem so viele Menschen ständig auf der Suche sind? Ist die Architektur, innen wie außen, als physisches Erscheinungsbild dieses Ortes bereits die Antwort?

In vielen Studienjahren, in denen ich mich mit Museumsarchitektur befasst habe, sowohl aus bautechnischer als auch aus ikonografischer und künstlerischer Perspektive, hat sich der Eindruck einer solchen besonderen Bedeutung der baulichen Erscheinung immer mehr verfestigt und so interessierten mich umso mehr auch die psychologischen Prozesse und das damit verbundene strategische Potenzial von Museumsbauten. Diese Arbeit konnte sich somit nur als logische Konsequenz aus Studien verschiedener Bereiche, wie Museumsbau, Architekturgeschichte, Kulturbeding und Konsumforschung entwickeln. Umso komplexer gestaltete sich die Zusammenführung dieser Bereiche und nicht zuletzt die Konzeption einer empirischen Studie zur Erfassung eben jener psychologischen Prozesse. Das dies am Ende glücken konnte, verdanke ich auch der Unterstützung von vielen Personen. Meinen Gutachtern Herrn Prof. Kahle, Herrn Prof. Kirchberg und vor allem meiner Doktormutter Frau Prof. Bekmeier-Feuerhahn möchte ich für die zahlreichen konstruktiven Gespräche und Anregungen danken, die diese Arbeit schließlich zu einem schlüssigen Ganzen werden ließen. Meinen Kollegen am Lehrstuhl, Jörg Sikkenga, Ulrike Adam, Paula Bögel und Sevda Yükses danke ich für unermüdliches Feedback zur Strukturierung und Formulierung. Ferner danke ich meinen Lektorinnen Jennie Sandermann, Christina Pott und Barbara Heilig für die gründliche Sichtung der Druckvorlage und überhaupt meiner Familie und meinen Freunden, die mich in den letzten Jahren unterstützt und bestärkt haben. Mein ganz besonderer Dank gilt jedoch zwei Personen, ohne die diese Arbeit so nicht möglich gewesen wäre: meinem Ehemann Sebastian Ober für jeglichen physischen und psychischen Support trotz widriger Umstände und internationaler Pendlerbeziehung und meinem Bruder Pascal Heilig, ohne dessen fachkundigen technischen Einsatz die wichtigen virtuellen Museumswelten für die empirische Untersuchung nicht entstanden wären.

Dr. Nadine Ober-Heilig

Das gebaute Museumserlebnis
Erlebniswirksame Architektur als strategische
Schnittstelle für Museumsmarken
Ober-Heilig, N.
2015, XV, 218 S. 32 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-10121-3