

Hofmobiliendepot, bis 17.6. „Sixties Design“

Architektur: Spurwien. Grafik: Fuhrer
visuelle Gestaltung. Mithilfe von
Raumboxen schuf Arno Grünberger einen
dezenten Hintergrund für die extravaganten
Möbel und Kleider der 1960er-Jahre. Kein
Schlagschatten stört die auf Immaterialität
abzielende Gestalt der Objekte



BERUFSPORTRÄT:
MATTHIAS DUSINI

Sie bringen die Saliera zum Funkeln und die Sixties zum Schwingen. Sie schaffen begehrte Bühnenbilder, deren Protagonisten Totenschädel, Schmuck und Pergament sind. Ausstellungsgestalter wie Arno Grünberger, von dem zurzeit zwei Ausstellungen in Wien zu sehen sind, agieren auf einem Terrain, das alles bietet, was das Herz eines Kreativen höher schlagen lässt: Interdisziplinarität, Experiment und ästhetische Wirkung.

Die kreative Zündung erfolgte bei dem heute 65-jährigen Grünberger während eines Lehrjahres bei der Florentiner Gruppe Superstudio, die in den 1960er-Jahren die Grenzen zwischen Industriedesign, Kunst und Massenmedien aufhob. Als das New Yorker Museum of Modern Art 1972 Superstudio zu einer Ausstellung einlud, präsentierte das Kollektiv statt der erwarteten Sofas oder Sessel einen psychedelischen Film über Raumdehnungen.

Ein Ausstellungsplakat im Büro von Spurwien (so heißt Grünbergers Unternehmen) am Schwedenplatz erinnert an das Traumjahr, das in Wien mit einem jähen Erwachen endete. Für den ersten Auftrag im Künstlerhaus hatte Grünberger ganze drei Tage Zeit. „Zum Glück haben Tischler damals nicht nach den Arbeitszeiten gefragt“, erinnert er sich.

Grünberger gehört zu einer Handvoll Architekten, die sich auf das Gestalten von Ausstellungen spezialisiert haben. Sie haben die Möglichkeit, am letzten Stand der Medientechnik zu arbeiten und bekommen Einblicke in die Ideenwelt von Forschern. Zwischen Kuratoren und Öffentlichkeitsarbeit laufen bei ihnen die Fäden zusammen.

Versagt auch nur eine der beteiligten Instanzen, droht das Ganze zu scheitern. Diese Erfahrung machte Grünberger, als es galt, die Abteilung Anthropologie im Naturhistorischen Museum neu einzurichten. Der sogenannte Rassenaal wurde Mitte der 1990er-Jahre geschlossen, als eine

Magier der Kulisse

Ausstellungsgestalter sind die heimlichen Helden des Museumsbusiness. Aber was genau machen sie?

Debatte darüber entbrannte, ob es rassistisch sei, die Unterschiede zwischen den Menschen anhand von Schädeln zu erklären.

Ausstellungsgestalter haben die Aufgabe, von Historikern aufbereitete Inhalte einem oft unvorbereiteten Publikum zu vermitteln. Menschliche Überreste auszustellen heißt, die Würde eines Individuums zu verletzen, um die Schaulust zu befriedigen.

Der ehemalige Direktor Bernd Lötsch machte den Vorschlag, die neuen Vitriolen mit Knochenleisten zu verzieren und so eine Art Reliquien-schrein herzustellen. Daraufhin schlug Grünberger seinem Auftraggeber „eine längere Nachdenkpause“ vor.

Fast 20 Jahre später holte Lötschs Nachfolger Christian Köberl den Auftrag aus der Schublade, und so sitzt Grünberger mit seinem Mitarbeiter Tilo Perkmann wieder an dem Projekt, das sechs Millionen Jahre Menschheit – diesmal etwas sensibler – präsentieren soll. Kulturhistoriker sprechen von einer „Rhetorik des Displays“. So wie

sich ein Redner bestimmter Mittel – im Aufbau der Argumentation und in deren Ausschmückung – bedient, verfügt auch der Designer über ein technisches Wissen, wie sich Botschaften am besten formulieren lassen.

Er erzählt die Story, die der Besucher mit nach Hause nimmt – über die Schrecken der Shoah, die Kunstfertigkeit eines südamerikanischen Stammes oder die Schönheit des Weinviertels.

Wenn ein Scheinwerfer eine einzelne Schale oder Maske in einem dunklen Raum anstrahlt, verleiht das diesem eine magische Aura. Der Tabernakel ist die religionsgeschichtliche Vorlage einer solchen Auratisierung. Diesen Effekt wollte Grünberger 2011 in der Ausstellung über die chinesische Kulturrevolution im Museum für Völkerkunde Wien unbedingt vermeiden.

Der rote Diktator Mao Zedong förderte einen beispiellosen Personenkult, der durch zu Gruppen drapierte Mao-Figurinen zum Ausdruck gebracht werden sollte. Der Raum über den politischen Terror des Regimes war ganz in Weiß gehalten – in Asien die Farbe der Trauer.

Nur die fesche Rotgardistin im Vorraum konnte Grünberger dem Kurator nicht ausreden. „Eine Puppe!“, sagt Grünberger und verdreht die Augen.

Wenn Kuratoren die Objekte dem Betrachter lebensnah zeigen und deren haptische Qualitäten spürbar machen wollen, sind andere Regieanweisungen nötig. In der Ausstellung über die Modesammlung Katarina Noevers im Wien Museum verzichtete das Büro Propeller Z gänzlich auf Vitriolen, versuchte, die Atmosphäre einer Boutique zu erzeugen.

Andererseits sollten die Stücke auch nicht durcheinanderpurzeln wie auf dem Flohmarkt. Daher zogen die Gestalter die Stoffe Schaufensterpuppen über, die nun – wie Freundinnen beim Shoppen – im Kreis stehen. Ausschlaggebend für den Erfolg einer Ausstellung ist die gute Zusammenarbeit zwischen Architekten und Grafikdesi-

gnern, die bereits Signale nach außen senden, noch bevor der erste Nagel in die Wand geschlagen ist. Im Zuge der Wien-Museum-Ausstellung „Kampf um die Stadt“ wurden Reprints von provokanten, politischen Plakaten der Zeit um 1930 im öffentlichen Raum affiziert, um das Thema – die Identität einer Stadt zwischen technischem Fortschritt und konservativer Nostalgie – unter die Leute zu bringen.

Der Grafikdesigner Erwin K. Bauer hatte eine schwierige Aufgabe zu bewältigen: Tausende Objekte mussten unter Titeln und Untertiteln geordnet, ein Leitsystem für zwei Ausstellungsebenen entwickelt werden. Bereits im Vorfeld galt es zu entscheiden, mit welchem Slogan etwa die Bergleidenschaft der Österreicher vermittelt werden sollte – „Scholle und Pulverschnee“.

Schwache Institutionen holen aus Kostengründen erst dann den Grafiker, wenn alles andere fertig ist. Der kann dann meist nicht viel mehr machen, als einen Infotext auf die Wand zu pappen. Dabei versteht es ein erfahrener Ausstellungsgestalter, den Besuchern den Schrecken vor den Saaltexen und neolithischen Scherbenhaufen zu nehmen.

Historische Museen verfügen nicht über Kunstikonen, die die Massen ins Haus bringen. Umso wichtiger sind spektakuläre Displays, die den Räumen den Muff von tausend Jahren nehmen. Zwischen 70.000 und 100.000 Euro kosten Ausstellungen wie „Sixties Design“, wobei klingende Namen auch dann funktionieren, wenn es außer Wüstensand nicht viel zu sehen gibt.

So erinnert sich Grünberger an eine Ausstellung über Dschingis Khan in der Kunsthalle Leoben, für die lediglich eine Handvoll Leihgaben zur Verfügung stand. Mithilfe von improvisierten Jurtezelten und Wandgemälden versuchte er, die gähnende Leere zu füllen. Das war allerdings nicht der Grund, warum schließlich doch noch 120.000 Besucher zur Schau des mongolischen Superstars kamen.