

Herbsttagung 2012 der Fachgruppe Geschichtsmuseen im Deutschen Museumsbund
19. Fachgruppentag in Nürnberg, 10.-12. November 2012

Zeitzeuginnen und Zeitzeugen in Geschichtsmuseen – Potentiale, Methoden, Vermittlung,
Rezeption

Dr. Sabine Vogel, Berlin

Ins Gespräch kommen.

Zeitzeugen-Interviews als partizipatives Projekt

Die Frage, die mir die Organisatorin des Vortragsprogramms Astrid Pellengahr mit auf den Weg gab, war: Wie kann man eine Medienstation mit Zeitzeugen-Interviews für wenig Geld bekommen? Von meinen Erfahrungen bei der Einrichtung des Museums Tuch + Technik in Neumünster möchte ich Ihnen gern berichten. Ich wandle die Frage etwas ab in: Wie kann man eine **gute** Medienstation für wenig Geld bekommen?

„Wie es eigentlich gewesen ist“ können Zeitzeugen nicht berichten. Doch das was ihnen aus der Rückschau heute als berichtenswert erscheint, kann eine wichtige Facette zum Bild der Geschichte einer Stadt hinzufügen. Auch die wissenschaftlich exquisit recherchierte Ausstellung ist immer von der Perspektive derjenigen geprägt, die sie erarbeitet haben. Die Fragestellung, die Auswahl der Objekte, die Präsentation, die Texte: Die ganze Inszenierung trägt die Handschrift der Ausstellungsmacher. Medienstationen, in denen Zeitzeugen zu Wort und ihre Sicht der Ereignisse darstellen, kommen, sind so ein Baustein des Gesamtkunstwerks „Ausstellung“.

Zudem können Medienstationen mit Berichten von Zeitzeugen die Identifikation des Stammpublikums vor Ort mit „seinem“ Museum stärken: Wenn man nämlich die Herstellung der Filme als partizipatives Projekt anlegt. Das dauert dann zwar etwas länger als die Vergabe eines Auftrags an einen Filmemacher. Aber es ist deutlich spannender, integrativer und nicht zuletzt preiswerter. Der Entstehungsprozess der Medienstation bietet zudem immer wieder Kommunikationsanlässe für die Berichterstattung der Lokalpresse.

Eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen ist dabei, dass es eine Person in engem Kontakt mit der Museumsleitung gibt, die die vielen Beteiligten des Kooperationsprojekts anwirbt und zusammenhält. Wie der Regisseur eines Dokumentarfilms behält sie die Idee, die Fragestellung der Ausstellung und das Ziel des Interviewprojekts im Blick und begleitet es.

Der Ablauf im Einzelnen (beruhend auf den Erfahrungen meines Zeitzeugen – Projekts am Museum Tuch + Technik mit Studenten des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Kiel und Unterstützung des Offenen Kanals Kiel sowie der Filmwerkstatt Schleswig-Holstein.

1. Schritt: Einigkeit innerhalb des Museums bzw. Ausstellungsteams, ggf. mit Auftraggeber (Stadt, Förderverein o.ä.) darüber herstellen, dass die Herstellung der Filme für die Medienstation ein partizipatives Projekt ist (und keine billige Auftragsvergabe). Herausforderung:
 - Viele Beteiligte (Zeitzeugen, Interviewer, Techniker, Helfer. + evtl. Interessierte Zeitzeugen, die abgelehnt werden müssen)
 - Aufmerksamkeit + Wertschätzung für alle, die sich unentgeltlich engagieren

2. Schritt: Entscheidung ob Audio oder Video

Argumente

Video Pro

- moderner und schicker
- den Besuchern vertraut
- evtl. attraktiver für die Zeitzeugen selbst
- evtl. attraktiver für Sponsoren

Video Contra

- teurer in der Anschaffung und Wartung
- in der Herstellung technisch anspruchsvoller
- veraltet schneller

Audio Pro

- günstiger in der Anschaffung
- Herstellung technisch weniger anspruchsvoll
- alterungsbeständig (sowohl die Aufnahmen als auch das Abspielgerät)

Audio Contra

- wirkt weniger „hip“
- evtl. weniger starke Identifikationswirkung
- benötigt ggf. ergänzendes Bildmaterial oder Objekte

3. Schritt: Kontaktaufnahme mit einem Medientechniker, der mit den Benutzungsanforderungen in Museen vertraut ist. (Gerät sollte sich selbständig einschalten, wenn der Strom in der Ausstellung eingeschaltet wird. Gerät muss plötzliche Unterbrechungen der Stromzufuhr vertragen.) Abspielgerät anbieten lassen. Kostenvoranschlag erbitten.

- Finanzier finden (für sichtbare und markierbare Sachgüter nicht so schwierig).
- Kosten je nach gewählter Lösung, Größe und Art des Monitors, Menge und Qualität der Handhörer, etwa zwischen 2.000 und 3.000 Euro pro Station
- Ausstellungsmöbel, Gehäuse, Einbau kosten zusätzlich

4. Schritt: Was wollen wir erfahren?

Thema und Erkenntnisinteresse genau formulieren (innerhalb des Ausstellungsteams)

5. Schritt: Wer fragt?

- Interviewer finden:
 - a. VHS-Kurs anbieten?
 - b. evtl. Schul-AG interessieren?
 - c. Pfadfinder?
 - d. Jugendgruppe von DRK oder THW oder Feuerwehr?
 - e. FSJ-ler am eigenen Haus oder in der Stadt?
- Multiplikatoren für die Ausbildung der Interviewer finden
 - a. interessierte Lehrer
 - b. Historiker vor Ort – oft im Dozententeam der VHS
 - c. Oder: Volontär, ggf. Projektleiter selbst
- Interviewer ausbilden

- a. Historische Kenntnisse über die Stadtgeschichte im betreffenden Zeitraum
 - b. Erkenntnisinteresse der Ausstellung
 - c. Fragetechnik (Gute Arbeitshilfe: Materialien der Körper-Stiftung für den Geschichtswettbewerb. www.geschichtswettbewerb.de)
- Alternative für die Interviewer: Suche nach interessierten Menschen mit entsprechender Ausbildung, wie
 - a. ausgebildete Geisteswissenschaftlerinnen in Familienphase
 - b. Bürgerradio / Offener Kanal (www.bok.de)
 - c. Geschichtsstudenten im Praktikum auf „Heimaturlaub“
 - d. Journalisten-Profis oder Filmemacher mit Wurzeln am Ort des Museums.

! Nur möglich bei vertrauensvollem Verhältnis zwischen Projektleitung und externem Profi. Sonst entsteht leicht ein Kompetenzgerangel.
- Auch diese im Hinblick auf Stadtgeschichte und Erkenntnisinteresse des Museums, ggf. Fragetechnik schulen

6. Schritt: Wer wird gefragt?

Zeitzeugen finden. Multiplikatoren nutzen

- Förderverein
- Museumsmitarbeiter
- Die Interviewer selbst bitten, sich umzuschauen
- Am besten Personen um Mithilfe bei der Suche bitten, die mit dem Museum verbunden sind und es kennen
- Achtung bei Presseaufruf: Vorher sicherstellen, dass alle Interessensbekundungen angemessen entgegengenommen und bearbeitet werden können. Presseaufruf so formulieren, dass daraus kein Anspruch auf Mitwirkung abgeleitet werden kann.

Auswahl treffen (Projektleiter)

7. Schritt: Wer nimmt auf und schneidet?

Hier unbedingt auf Profis zurückgreifen. Bildausschnitt, Licht und Ton müssen beim ersten Dreh stimmen. Schlecht ausgeleuchtete, unscharfe Filme mit rauschender Tonspur vermitteln die Wertschätzung des Museums gegenüber den Zeitzeugen nicht angemessen.

Günstige Kamera- und Tonleute können sein:

- Werbefilmer (oft in der Nähe und dann über örtliche Service-Clubs zu finden. Betrachten Mitwirkung an Museumsprojekt manchmal als Werbemaßnahme in eigener Sache. Sonst ggf. Service-Club um Sponsoring bitten)
- Mediengestalter-Azubis – Filmprojekt im Rahmen ihrer Ausbildung (gibt es meist vor Ort oder in der Nähe)
- Filmstudenten von nahegelegener Hochschule oder auf Heimaturlaub – Interviewfilme als Studienprojekt
- öffentliche Filmförderung wie Offener Kanal, Medienboard oder Filmwerkstatt anfragen

Suche und Auswahl des Filmteams durch Projektleiter. Für Sponsoringanfragen muss evtl. die Museumsleitung aktiv werden

8. Schritt: Kontaktaufnahme der Interviewer mit den Zeitzeugen, Vorgespräch

9. Schritt: Setting festlegen. Mit Aufnahmeteam (das hat oft gute Ideen) und Interviewern, Projektleitung, ggf. Ausstellungsgestalter, damit die Aufnahmen hinterher zusammenpassen und zum Rest der Ausstellung passen

- Stimmung und Tempo der Aufnahmen abstimmen. Einbettung in Gesamtausstellung
- Rolle des Interviewers festlegen. Soll das Ergebnis ein Gespräch sein? Oder mehr oder weniger lange Statements?
- Ggf. Interviewer darauf hinweisen, dass sie keinen Ton von sich geben dürfen, solange der Interviewpartner spricht. Zustimmung und Ermunterung nur optisch. !Ist gar nicht so einfach!
- Bei Filmaufnahmen: Hintergrund, Bildausschnitt abstimmen.
 - a. Neutral?
 - b. Oder privat? Keine Aquarien, tickenden Uhren oder Vogelkäfige im Hintergrund!
 - c. Oder einheitlich? Aufnahmesituation aufbauen und alle einladen.

10. Schritt: Drehtermin Film

- Zeitzeugen gut ausleuchten
- Ggf. Profi fürs Schminken hinzuziehen.
- An Aufnahmen von Dokumenten und Details denken („SchniBis“)

- Person auch schweigend aufnehmen, für den Bildschirmschoner

Alternative: Drehtermin Ton pur:

- Tontechniker achtet auf Tonqualität und Hintergrundgeräusche
- Interviewer konzentriert sich auf das Gespräch.

11. Schritt: Nachbearbeitung durch Interviewer und ggf. Filmteam.

- a. Material sichten
- b. Schnittplan machen
- c. ggf. Unter- und Zwischentitel oder Off-Kommentare formulieren.

AN DIESER STELLE ENTSTEHT DER FILM. Mitwirkung von bzw. Abnahme durch Projektleiter und/oder Museumsleitung zwingend erforderlich.

12. Schritt: Schnitt, Mischung, durch Kamerateam

13. Schritt: Abnahme durch Interviewer, Projektleitung und Museumsleitung

14. Schritt: Kauf und Montage des Abspielgeräts

- Integration der Filme
- Montage
- Testlauf

15. Schritt: Feierliche Präsentation der Filme im Museum mit allen Beteiligten, Sponsoren und Publikum. Und natürlich mit der Lokalpresse. Empfang. (Dokumentation dieses Ereignisses für das Museumsarchiv nicht vergessen)