

## Steht die klassische Audioführung vor einer Revolution?

Früher waren Audioführungen ein exklusives Zusatzangebot in großen Museen oder Ausstellungen mit hohen Besucherzahlen. In den letzten beiden Jahren fand jedoch ein Wandel statt, und die Audioführung wurde auch zu einem erschwinglichen und beliebten Zusatzangebot in kleineren Museen. Sinkende Besucherzahlen führen dazu, daß immer mehr die Möglichkeiten von zusätzlichen Vermittlungsangeboten als notwendiges Marketinginstrument geschätzt werden. Diese Entwicklung wird nicht zuletzt dadurch möglich, daß sich in der Geschichte der Audioführung auch die Technikgeschichte der letzten 25 Jahre wiederfindet.

Wer erinnert sich nicht an die ersten Audioführungen, die noch mit einem tragbaren Kassettenspieler angeboten wurden? Später profitierte diese Branche dann von den rasanten Entwicklungen in der Mikroelektronik, und die ersten Geräte, wie sie sich heute noch an manchen Orten finden, kamen auf den Markt: Große, unhandliche und durch den Akku oftmals schwere Handtelefone. Und die Führungsdauer sowie die Sprachqualität waren durch die damals verwendeten, teuren Speicherbausteine oftmals miserabel. Ende der 90er Jahre kamen dann die ersten Entwicklungen auf Mp3-Basis auf den Markt und damit kann man zu Recht behaupten, waren die Kinderkrankheiten der klassischen Audioführungstechnik endlich ausgestanden.

Aus dieser Zeit stammen auch die ersten Konzepte zu einer ganz anderen Technik: die Audio-Visuelle-Führung auf kleinen Mini-Computern mit dem Namen Palm. Diese kleinen Palm-PC's waren ursprünglich als Termin- und Adreßverwaltung entwickelt worden, aber da bis vor drei Jahren kaum ein Gerät über genügend Speicher und ausreichend Akkulaufzeiten verfügte, fristeten sie ein Nischendasein als Spielzeug für übereifrige Geschäftsleute. Der Einstieg von Microsoft 2002 in den Markt der „Personal Digital Assistents“, kurz PDA genannt, war schließlich ein offizieller Ritterschlag dieser Technik und markierte in der Tat ihren Wendepunkt hin zu einem Massenmedium. Heute gibt es eine Vielzahl neuer Geräte nahezu aller bekannten Markenhersteller, und mit der PocketPC-Software von Microsoft, das Palm schlicht zum Nebendarsteller deklassiert hat, steht ein weit verbreitetes und erprobtes Betriebssystem als Basis für Anwendungen aller Art zu Verfügung. Am weitesten verbreitet sind sie momentan als Navigationshilfe in Autos.

Es gab in diesen Jahren immer wieder Versuche, die klassische Audioführung um den Einsatz von Bildmaterial zu erweitern. Doch durch die bereits genannten Speicher- und Akkuprobleme der noch dazu farblosen Technik mußten diese Versuche jedoch fast zwangsläufig scheitern. Zumal, da sich mit den handelsüblichen Audioführern bereits eine erprobte und ausgereifte Lösung am Markt befand. Das hat sich im letzten Jahr grundlegend geändert. Fast alle bekannten Audioführungsfirmen haben entweder bereits eine Lösung am Markt oder befinden sich in der Entwicklung zu einer Anwendung. Höchste Zeit, sich das Für und Wieder dieser Technik genauer anzuschauen.

Antenna Audio setzt diese Technik bereits in der Tate Gallery in London und im Van Gogh Museum in Amsterdam ein und definiert diese Technik (WELT AM SONNTAG, 26.12.2004) als die „Zukunft der Audioführung“. Die Firma iGuide hat mit der Wanderausstellung „Die Kunst des SPIEGEL“, die z.Zt. in Berlin gezeigt wird, und einer Außen- und Innenführung auf Schloß Neuhardenberg am Rande des Oderbruchs bereits zwei an-

spruchsvolle PDA-Projekte in Deutschland überzeugend realisiert. Dazu drängen branchenfremde IT-Firmen mit eigenen Lösungen auf den Museumsführungsmarkt, wie die Firma eyeled, die das Weltkulturerbe Völklinger Hütte mit einem multimedialen Besucherführungssystem ausgestattet hat.

Spricht man mit den Herstellern, so steht die Begeisterung über die Technik im Vordergrund. Das ist neben Leistung schonenden Hochleistungsprozessoren inzwischen erprobte und solide Computertechnik, ein ausgereiftes Betriebssystem und etwas, bei dem man ins Schwärmen kommt: Standard-Schnittstellen wie Infrarot, USB, Bluetooth, W-Lan und RFID, mit unzähligen korrespondierenden Anwendungen im Hintergrund. Über die Möglichkeiten der externen Auslösung sowie der Synchronisation in größere Systeme wie Server-Strukturen ist alles offen. Das System ist keine Endstation wie die herkömmliche Technik, sie muß nicht irgendwann ersetzt, sondern kann erweitert werden, wenn es Sinn macht. Und auch die bisher feststehende Grenze der Speicherkapazität wird durch den Einsatz von immer größeren Speicherkarten ständig erweitert.

Dem Kenner bleibt an diesem Punkt jedoch nicht verborgen, daß ich auf eine Sache noch gar nicht eingegangen bin, die in der ausgereiften Audiotechnik durch die Fa. Sennheiser mit dem guidePort-Führungssystem in den letzten Jahren zur Vollendung gebracht worden ist: Die Möglichkeit der Tonübertragung über Funkfrequenzen. Das stellt in seinen akustischen Möglichkeiten momentan alle anderen Verfahren in den Schatten, da es fließende Übergänge in Echtzeit herstellen kann. Allerdings hat das seinen Preis, und nur sehr ambitionierte Projekte können den hohen, wenn auch angemessenem Aufwand rechtfertigen. Zudem gibt es noch keine Möglichkeit der Verknüpfung mit portablen Bildgebern, wie das der PDA von Haus aus gewährleistet.

Spricht man mit den Pädagogen, so sehen diese die neue Technik vor allem in ihren noch viel zu wenig thematisierten visuellen Möglichkeiten. Geräte mit hoch auflösenden Farbbildschirmen, die mittels Touchscreens über eine beliebige Bedienung verfügen. Ein Dorado für die freie Gestaltung von unterschiedlichen Navigationsoberflächen für differenzierte Zielgruppenkonzepte wie zum Beispiel Kinder-, Themen- oder Feature-Führungen. Ganz zu schweigen von der Möglichkeit des Aufbaus von hierarchischen Bildungsangeboten, in der das Wissen von einem Objekt aus in verschiedenen Richtungen vertieft werden kann. Ein Portrait Bachs könnte wahlweise musiktheoretisch, sozialgeschichtlich oder geisteswissenschaftlich beleuchtet werden, multimedial und interaktiv. Alles ist sinnvoll vernetzt, Lernen wird intuitiv, der Traum der Pädagogen nach PISA. Und in der technischen Variabilität noch dazu mittels Selbstausslösung, Bedienerfolien mit Blindenschrift und Videosequenzen mit Gebärdensprache relativ einfach für die unterschiedlichen körperlichen Gebrechen barrierefrei zu gestalten.

Auf der Seite der Museen wird das Thema sehr unterschiedlich wahrgenommen. Eine der ersten Fragen, die in Gesprächen regelmäßig auftauchen, ist der Diebstahlschutz. Denn mit der Bekanntheit und Attraktivität der Technik steigt das Verlustrisiko der teuren Technik. Technische Diebstahlsysteme lassen noch auf sich warten, obgleich sie sich ohnehin oft als zu teuer und baulich nicht realisierbar erwiesen. Da bleibt nur die Möglichkeit einer Pfandnahme, die sich, anders als im europäischen Aus-

land, in Deutschland keiner besonderen Beliebtheit erfreut. Entgegen der praktischen Erfahrungen der Anbieter, wie Sebastian von Sauter, Produktionsleiter der Fa. iGuide Kulturaufnahme GmbH berichtet: „Natürlich wissen wir, daß die Museen Probleme erwarten, wenn es um eine Pfandnahme geht. Dabei wird übersehen, daß es in statistischen Auswertungen nachweislich kaum Probleme damit gibt. Es kostet kein Geld und wird von den allermeisten Besuchern ganz selbstverständlich angenommen.“ Allerdings bleibt es menschlich, und manche bevorzugen technische Lösungen. Es gibt aber auch Angebote der Branche, das Thema von den Museen zu den Anbietern hin zu verlagern. Die Firma iGuide zumindest ist sich ihrer Sache so sicher, daß die bei allen Angeboten, außer dem Verkauf bei Diebstahl, Ersatz garantiert.

Bleibt noch ein weiteres, wenngleich peripheres Argument, das die Lager auf beiden Seiten regelmäßig entzweit: Die Wahl zwischen Handtelefon und Kopfhörer. Das ist wahrscheinlich eine Frage des Geschmacks, und darüber läßt sich bekanntlich streiten. Aus akustischen Gesichtspunkten punktet da ganz klar der Stereokopfhörer. Auch anspruchsvolle Feature-Führungen mit Atmosphäre und Musik gewinnen mit dem zweiten Ohr und der vollen Raumerfahrung. Manchmal ist es jedoch wichtig, den zuhörenden Betrachter nicht vollständig aus dem Raum der Betrachtung herauszulösen. Dafür sind die monoakustischen Handtelefone von Natur aus prädestiniertes, wenngleich von der Fa. Sennheiser auch Kopfhörer angeboten werden, die wahlweise auf einem oder beiden Ohren zu benutzen sind und so dem Besucher selbst die Wahl überlassen. In diesem Zusammenhang sollte vielleicht noch ein für Deutschland sehr wesentliches Thema angesprochen werden: die Hygiene! Gerade da sind Kopfhörer nach Meinung des Verfassers die erste Wahl. Die Handtelefone lassen sich zwar leichter reinigen, dafür bleiben kleine Restverschmutzungen in den Löchern des Ohrhörers. Die Polster der Kopfhörer dagegen können gewechselt werden und die meisten Hersteller, die auf Kopfhörerführungen setzen, bieten kostenlos neue Polster oder zusätzliche Schutzhüllen an.

Was nun die Kosten betrifft, so liegt die audiovisuelle PDA-Technik in etwa in der gleichen Kategorie der gewohnten Audioführungstechnik. Außerdem offerieren inzwischen fast alle Anbieter neben Miete und Kauf unterschiedliche Möglichkeiten der Finanzierung wie Beteiligungs- und Mietgebührrmodelle, bei denen sie sich das Risiko mit den Museen teilen und sogar mit den Produktionskosten in Vorleistung gehen. Dafür bietet die PDA-Technik im Vergleich zur reinen Audioführung jedoch deutlich mehr Möglichkeiten. Ein Vorteil ist sicherlich, daß die Bedienung an das Führungskonzept und die Zielgruppe angepaßt werden kann. Ein weiterer Punkt, der für diese Technik spricht, ist die mögliche Erweiterung der Audioführung um Bilder bzw. Videos und die damit mögliche audiovisuelle Vertiefung der dargebotenen Informationen. Was die technische Qualität der PDA's betrifft, so stützt sich diese auf ausgereifte Computerentwicklungen und ist in jeder Hinsicht zufriedenstellend. Das Fazit ist somit durchweg positiv zu bewerten, und wir werden dieser Technik in Zukunft sicherlich immer öfter in unseren Museen begegnen.

Bei all diesen Gedanken zur Audioführungstechnik sollte man das Wesentliche jedoch nicht vergessen. Allzu oft geht es bei dem Einsatz von Audiotechnik in Museen nur um Technik und die Kosten derselben. Das Eigentliche bei einer guten Audioführung entsteht jedoch im Ohr des Betrachters. Nicht zufällig ist der Gehörsinn im Vergleich zum Auge eine ganze Zehnerpotenz umfangreicher an Möglichkeiten. Vermischen sich drei Farben für das Auge, vermischen sie sich gemeinsam zu einer neuen Farbe. Hören wir drei verschiedene Instrumente, so hören wir jedes einzelne und zugleich ihr Zusammenspiel. Man könnte auch sagen: Mit unseren Augen betrachten wir die Welt, durch unser Ohr betreten wir sie. Im Bereich des Hörbuches befindet sich bereits eine ganze Branche im Aufbruch. Ganz nach dem Großen der deutschen Musikkritik, Joachim Ernst Behrendt in „Nada Brahma. Die Welt ist Klang!“ Es wird spannend, was diese Entwicklung für die klassische Audioführung bedeutet. Und wenn wirklich von einer Revolution der Audioführung zu sprechen ist, dann am ehesten auf dem Gebiet der Hörspiel- oder Feature-Führung oder anderen weitergehenden Vermittlungskonzepten. Die Autorin zumindest freut sich auf mutige Geschichten, die in deutschen Museen in

den nächsten Jahren für das Mehr sorgen werden, das die Besucher heute erwarten, um auf ein Ereignis überhaupt aufmerksam zu werden.

#### Summary

*In the past two years, the use of audio-guides in museums has increased significantly, and this technology can now be found in a wide range of museums. The main reasons for this expanded use are recent technological advances, which enable museum visitors to receive information via small, light, portable devices. In 2002, Palm computers were developed as mass media technologies, and Personal Digital Assistants (PDAs) are now used in many museums, including the Tate Gallery in London and the Van Gogh Museum in Amsterdam. Hailed as the future of audio-guides, these technologies are developed by a number of companies, and the potential of connecting PDAs to extensive media systems is currently being researched. The option of using visual data further expands the potential of PDAs: portable touchscreens could be activated according to particular needs (children, special themes or features) in order to provide precise information, and users could choose which aspects of an exhibit they want to investigate further. In this way, PDAs can become increasingly interactive. Two issues have to be addressed in each museum that uses audio-guides: the advantages and disadvantages of headphones and hand-held receivers, and strategies to prevent the theft of devices. The risk of theft may be reduced by asking users for a monetary deposit.*

# Die Informationsvermittlung durch Audioguides – museale Medien im Vergleich

Audioguides finden in immer mehr Museen Verwendung. In großen Häusern gehören sie inzwischen zum guten Ton, und auch mittelgroße Ausstellungen interessieren sich für die freundliche Stimme im Ohr. Aber inwieweit sind Audioguides tatsächlich geeignet, Informationen zu vermitteln, und welche Vorteile haben sie gegenüber den herkömmlichen Informationsangeboten? Zu dieser Fragestellung führte ich im letzten Jahr eine Untersuchung durch und befragte Experten aus den Bereichen Museumspädagogik und der Audioführungsproduktion. Um die Vor- und Nachteile von Audioführungen herauszustellen, verglich ich Audioguides mit anderen grundlegenden Informationsangeboten eines Museums. Als Vertreter der schriftlichen Information flossen Texttafeln in die Untersuchung ein. Darüber hinaus habe ich personelle Führungen als gängige Vermittlungsmethode miteinbezogen. Bei der Befragung stützte ich mich nicht auf ein bestimmtes technisches System der Audioguides. Vielmehr ist es Ziel meiner Arbeit, generelle Unterschiede zwischen den einzelnen Vermittlungsformen herauszufinden.

Um die Ergebnisse sinnvoll darzustellen, sind sie im folgenden unter den Gesichtspunkten: Zugang zur Information, der Zweckmäßigkeit des Mediums und der Intensität der Informationsvermittlung aufbereitet.

## Zugang zur Information

Hinsichtlich des Zugangs zur Information unterscheiden sich die drei Vermittlungstypen formal nicht wesentlich. Schlecht gestaltete und platzierte Texttafeln können die Informationsaufnahme genauso verhindern wie eine schwache Stimme des Führungspersonals oder Audioführungen, die von den Besuchern durch ein zusätzliches Entgelt zu erwerben sind.

Neben diesen formalen Kriterien kann der Zugang zur Information aber auch inhaltlich betrachtet werden. Hier stellt sich vielmehr die Frage nach der individuellen Informationsvermittlung für die Besucher.

Eine eher unflexible Form der Informationsvermittlung ist die durch Texttafeln. Diese erreichen jeden Museumsbesucher auf die gleiche Art und im gleichen Ton. Damit sind sie nicht geeignet, die individuellen Bedürfnisse der einzelnen Besuchergruppen anzusprechen. Dennoch ermöglichen sie nach Ansicht einiger Experten eine selektive Wahrnehmung. Einzelne Textpassagen können nach Belieben der Besucher übersprungen oder gelesen werden.

Audioführungen berücksichtigen die Bedürfnisse der Besucher in stärkerem Maße. Durch die Möglichkeit, mehrere Führungen für eine Ausstellung zu produzieren, können verschiedene Personengruppen angesprochen werden. Neben Kinderführungen werden unter anderem Eilige oder Experten individuell informiert. Darüber hinaus kann die Informationsdichte bei Audioführungen durch Anwählen von Vertiefungsebenen meist selbst bestimmt werden. Ebenso ist es möglich, die Führungen in sehr vielen Sprachen anzubieten.

Die direkteste und interaktivste Informationsvermittlung ist die persönliche. Sie erlaubt den Besuchern, in ein Dialogverhältnis mit den Museumsschaffenden einzutreten und individuelle Fragen beantwortet zu be-

kommen. Mit diesem Vorzug heben sich persönliche Führungen von allen anderen Vermittlungsformen ab. Allerdings können die Teilnehmer von Gruppenführungen durch Gruppenmechanismen in ihrer Fragefreudigkeit gehemmt sein. Die Angst, als wenig belesen und inkompetent zu gelten, ist nach Aussage der Experten auch bei Audioführungen zu beobachten. Einige Museumsbesucher lehnen Audioguides ab, weil sie andere Gäste für dumm halten könnten, wenn sie dieses Informationsangebot in Anspruch nehmen.

Daß diese Nutzungsbarrieren unbegründet sind, zeigen die sinnvollen Einsatzmöglichkeiten der Audioguides.

## Die Zweckmäßigkeit des Mediums

Viele Einsatzmöglichkeiten sind in der Wahrnehmbarkeit der Medien begründet. Bei Audioführungen wird vor allem die Möglichkeit hervorgehoben, Tondokumente einzubinden. Authentische Klangbeispiele von Musikinstrumenten, Originalaufnahmen von Zeitzeugen oder aber auch Künstlerinterviews können den Besuchern vermittelt werden. Damit ergibt sich ein Vorteil gegenüber den beiden anderen Vermittlungstypen, die dazu nicht in der Lage sind.

Von einigen Experten wird allerdings die Verwendung von Geräuschen, wenn diese übermäßig eingesetzt werden, kritisiert. Der starke Einsatz von atmosphärischen Gestaltungsmitteln, wie etwa Hörspielklängen oder Musik führt ihrer Meinung nach zu einer unnötigen Untermalung der Führung, die die direkte Auseinandersetzung mit den Exponaten schmälert. Der Einsatz solcher Elemente sollte demnach angemessen bleiben, um die Hörer nicht zu isolieren und den unmittelbaren Kontakt zu den Exponaten zu gewährleisten. Andererseits machen gerade die narrativen Elemente das Besondere an Audioführungen aus. Sie entsprechen dem Wunsch der Besucher und können die Gäste gezielt durch die Ausstellung leiten und zu den wichtigsten Exponaten führen.

Für einen sinnvollen Einsatz von Audioguides ist immer die jeweilige Aufgabe und Beschaffenheit der Ausstellung zu berücksichtigen. Stehen beispielsweise die puren Exponate im Vordergrund und sollen diese auf die Besucher unverhohlen wirken, ist eine Audioführung nicht unbedingt die richtige Informationsquelle.

Einig sind sich die Experten darin, daß Audioführungen keinen Ersatz für andere Informationsangebote darstellen. Alle Medien haben ihre Berechtigung und ihren Zweck. Der Vorteil von Texttafeln ist, wie bereits erwähnt, die selektive Wahrnehmbarkeit einzelner Textpassagen. Bei den Audioführungen hingegen ist der Besucher mindestens für die Dauer einer Exponatbeschreibung auf die lineare Information angewiesen.

Das gemeinsame Erleben und Erfahren eines Museumsbesuchs ist besonders durch personelle Führungen gewährleistet. Das Führungspersonal hat die Aufgabe, die unterschiedlichen Wissensstände der Besucher zu berücksichtigen und die Horizonte zu verbinden. Dabei ist es unwichtig, wo die Führung stattfindet – ob im Schloßmuseum, im Skulpturenpark oder im Besucherbergwerk. Das Führungspersonal kann stets die interessierten Besuchergruppen begleiten und sie mit Informationen versor-

gen. Auch Texttafeln können nahezu allerorts angebracht werden, auch wenn ihre Informationsvermittlung bei ungünstigen Platzverhältnissen eingeschränkt ist.

Die Grenzen für den Einsatz von Audioführungen sind durch ihre technischen Bedingungen gesetzt. Für Führungen unter freiem Himmel sind die oftmals im Museum anzutreffenden Infrarot- und Funk-Systeme kaum anzuwenden. Die Exponate oder Sehenswürdigkeiten müssen mit Sendern ausgestattet sein, um eine erfolgreiche Informationsübertragung zu gewährleisten. Für dieses Einsatzgebiet werden deshalb oft digitale Speichersysteme angewendet, bei denen die Information im Gerät selbst vorliegt.

Zunehmende Bedeutung erlangt darüber hinaus das Global Positioning System (GPS) – das satellitengestützte Informationssystem. Mindestens drei GPS-Satelliten lokalisieren dabei die Position der Besucher. Die jeweiligen Informationen werden dann an passender Stelle ausgelöst. Nach Ansicht der Audioführungsanbieter ist dieses System jedoch noch nicht ausgereift und mit technischen Problemen behaftet. Zum Beispiel können die Signale der Satelliten in tiefen Häuserschluchten und unter dicht belaubten Bäumen nicht übertragen werden.

Trotz der eingeschränkten Technik erschließen Audioguides immer weitere Anwendungsgebiete außerhalb der vertrauten Museumsmauern. Überall dort, wo ein Ausstellungscharakter vorhanden ist und Informationen von einem Publikum aufgenommen werden, können Audioführungen angewendet werden.

Besonders häufig sind Audiostadtführungen anzutreffen. Immer mehr Stadtverwaltungen versuchen durch die Einführung dieser, ihre touristische Anziehungskraft zu steigern. Doch oft sind die Erwartungen zu hoch. Die Nutzerzahlen bleiben bisher gering. Die Berliner Audiostadtführung „Auf den Spuren der Berliner Mauer“ wurde im letzten Jahr von ungefähr 30 Nutzern im Monat nachgefragt, allerdings mit steigender Tendenz.

Die Anbieter der Führung vermuten, daß es noch Zeit braucht, bis sich die Menschen an die Audiostadtführung gewöhnen.

Ein anderer Grund könnte in der Form der Führung als eigenständige Dienstleistung liegen. Anders als bei Audioführungen im Museum sind Audiostadtführungen in keinem Eintrittsgeld enthalten, sondern müssen gezielt nachgefragt werden. Audioführungen begeben sich damit auf neue Märkte, die es vor einem Einsatz erst einmal zu erforschen gilt.

## Die Intensität der Informationsvermittlung

An das Problem der Zweckmäßigkeit von Audioguides schließt sich die Frage nach dem Grad der Informationsvermittlung dieses Mediums an. Aufgrund der rein auditiven Information der Audioguides wird es den Nutzern möglich, zusätzliche visuelle Eindrücke aufzunehmen. Damit haben die Besucher z.B. den Vorteil im ständigen Kontakt mit einem Exponat zu bleiben, während es beschrieben wird. Die Intensität der Informationsaufnahme ist somit höher als beim Schriftmedium, das die komplette Aufmerksamkeit auf sich zieht. Nach Aussage der Audioführungshersteller ermöglichen Audioguides damit eine bessere Verarbeitung der Informationen.

Die befragten Experten aus dem museumspädagogischen Bereich hingegen sehen mehr Vorteile bei der Informationsverarbeitung durch Schrift. Gerade der Prozeß des Lesens fordert die Besucher auf, eigene Vorstellungen zu entwickeln. Diese können anschließend am Exponat nachvollzogen werden. Damit setzen sich die Museumsgäste individueller mit dem Objekt auseinander. Audioguides dagegen versetzen die Besucher in einen gewissen Zeittakt und nehmen ihnen Ruhe und Konzentration, sich auf die Exponate einzulassen. Dieser Hypothese steht eine Besucherstudie der New York Hall of Science entgegen, die den Nutzern

von Audioguides eine längere Aufenthaltsdauer im Museum bescheinigt als den Nichtnutzern.<sup>11</sup>

Ungeklärt bleibt dabei aber, inwieweit die Nutzer von Audioführungen generell mehr Interesse an Informationen haben und sich deshalb länger in den Ausstellungen aufhalten.

Personelle Führungen vermitteln die Informationen auf die eindringlichste Weise. Neben der akustischen Botschaft überträgt das Führungspersonal wichtige visuelle Signale. Mimik und Gestik sorgen für einen hohen Informationsgrad. Dennoch haben einzelne Gruppenbesucher keine freie Wahl hinsichtlich der Informationstiefe. Die Zeit, die vor einem Exponat zugebracht wird, kann von ihnen aufgrund der Gruppensituation nicht individuell bestimmt werden.

Zusammenfassend ist zu sagen, daß alle Medien ihre Berechtigung haben und der Informationsvermittlung dienen. Folglich sollte es Ziel sein, ein komplexes Informationssystem zur Verfügung zu stellen, das auf unterschiedliche Art und Weise die Besucher erreicht. Schließlich ergeben sich die größten Lernerfolge bei multisensitiver Informationsaufnahme auf verschiedenen Kanälen. Bei der Auswahl der Medien muß jedoch die Aufgabe des jeweiligen Museums immer berücksichtigt werden.

Der große Vorteil von Audioguides gegenüber allen Informationsangeboten ist die zugeschnittene Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen. Die Informationen können maßgeschneidert auf die Besucher abgestimmt werden. Diese Stärke sollte weiter ausgebaut werden. Bei der Gestaltung der Führungen ist unter anderem darauf zu achten, daß die Hörtexte keine bloße Kopie der Texttafeln sind, sondern die Informationen hörerefreundlich vermitteln. Die Einbindung von Originalaufnahmen, Zitaten oder Klangbeispielen ist dabei sehr zu empfehlen. Kein anderes Medium ist dafür so gut geeignet wie die Audioguides.

Es gilt, diese Vorzüge zu nutzen und die Führungen entsprechend dem Medium zu gestalten.

Befragte	Tätigkeit
Peter Borkopp	Vertriebsleiter Acoustiguide GmbH Berlin
Rosemarie Wirth-Müller	Geschäftsführerin Antenna Audio GmbH, Berlin
Ursula Vorwerk	Mitarbeiterin Linon Medien GmbH Berlin
Moritz Gauger	Geschäftsführer Hear we go Berlin
Birge Tetzner	Geschäftsführerin Audio Konzept Berlin
Dr. Christoffer Richartz	Leiter der Besucher-Dienste der Staatlichen Museen zu Berlin
Dr. Michael Matthes	Mitarbeiter Museumspädagogischer Dienst Berlin

### Summary:

*The frequent use of audioguides in museums represents the initial point of analysis of the article by Dirk Petrick. By asking experts, Petrick presents the advantages and disadvantages of audioguides in comparison with other commonly used museological media. Apart from text tables, he also discusses personal guides as a medium of information. In this comparison it becomes apparent which types of media guarantee the easy and effective transmission of information. Furthermore, the various purposes and possibilities of use are precisely defined. The development of audioguides outside the museum is also addressed. The author suggests criteria in decision-making, which improve the handling of these information media.*

<sup>11</sup> Borkopp, Peter: Die Entdeckung des Publikums. In: Institut für Museumskunde (2001): Akustische Führungen in Museen und Ausstellungen. Mitteilungen und Berichte Nr. 23. Berlin 2001, S.55