

JOHANNA DI BLASI

Das Humboldt Lab

**Museumsexperimente zwischen postkolonialer Revision
und szenografischer Wende**

[transcript]

Inhalt

Einleitung | 7

I. Ein neues transdisziplinäres Feld | 17

- I.1 Reziproke Forschung | 17
- I.2 Publikationen zum Humboldt Lab | 31

II. Das Humboldt Lab | 37

- II.1 Das Lab-Paradigma | 37
- II.2 Ist Ansteckung möglich? Die Dahlemer Museen als Labor | 50
- II.3 Ein Lab als ›Probephöhne‹ des umstrittenen Humboldt Forums | 58
- II.4 Hybride Museumsexperimente | 73
- II.5 Exkurs: Das Weltkulturen Labor in Frankfurt | 78

III. Kunstinterventionen | 85

- III.1 Hinterfragen und verzaubern: paradoxe Effekte | 85
- III.2 Kunst schafft ›Arte-Fakten‹ | 91
- III.3 Insourcing der ›Source Communities‹ | 94
- III.4 Kunst mit Traditionsmarkern | 102

IV. Drei Grenzgänge als Fallbeispiele | 109

- IV.1 Zhao Zhaos Objektinszenierung »Waterfall« | 110
- IV.2 Mathilde ter Heijnes »Pulling Matter from Unknown Sources« | 119
- IV.3 Das ausgebliebene Afrika-Bankett | 135
- IV.4 Embedded Criticality | 153

V. Das Humboldt Lab als ›Taskforce‹ in Change-Prozessen | 163

- V.1 Kritisch-ästhetisches Coaching & Consulting | 171
- V.2 Design Thinking versus wissenschaftliche Wahrheitsfindung | 175
- V.3 Widerstand gegen Veränderungen | 185

VI. Symptome struktureller Umbrüche | 197

- VI.1 ›Regime Change‹ im Völkerkundemuseum | 197
- VI.2 Ökonomisierung der Museen und die neue Macht der Szenografie | 203
- VI.3 Interventionen und Inszenierungen | 212
- VI.4 Künstler als Soft-Power-Agenten | 215

VII. Die Neuerfindung der Vermittlung | 221

- VII.1 Krisenkommunikation und eth(n)isches Marketing | 221
- VII.2 Das Humboldt Lab Tanzania | 229
- VII.3 Abschied vom ›klassischen‹ Bildungsauftrag | 234
- VII.4 Exemplarische Besucherforschung im Humboldt Lab | 239
- VII.5 Wie humboldtsch war das Humboldt Lab? | 251

VIII. Ausblick: Ein neues Humboldt-Ideal | 259

Abbildungsverzeichnis | 271

Bibliographie | 273

Danksagung | 287

Zur Autorin | 289