



Bewegungsverhalten in Kunstausstellungen: –

Einfluss emotionaler Wirkung und Bewertung von Kunstwerken

Exposé zur Bachelorarbeit von Clarissa Steiner und Emily Groß

Kunstausstellungen sind weit mehr als bloße Orte der Aufbewahrung und Präsentation von Kunstwerken. Sie sind komplexe Erfahrungsräume, in denen Besucher:innen über Bewegung, Wahrnehmung und Emotion in einen individuellen Dialog mit den Exponaten treten. Die Art und Weise, wie sich Menschen durch Ausstellungen bewegen, ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis einer Vielzahl von Einflussfaktoren. Neben der räumlichen Anordnung und Gestaltung der Ausstellungsräume spielen vor allem psychologische Variablen wie persönliche Interessen, Vorerfahrungen und die emotionale Wirkung der Kunstwerke eine zentrale Rolle (Kühnapfel et al., 2024; Hein, 1998; Smith et al., 2001). Diese Wechselwirkungen sind bisher zwar vielfach erforscht worden, doch der Schwerpunkt lag häufig auf kontrollierten Laborsituationen (Tschacher et al., 2012). Realistische, dynamische Museumssettings, in denen Besucher:innen selbst entscheiden, welche Werke sie betrachten, wie lange sie verweilen und wie sie sich räumlich bewegen, sind hingegen seltener Gegenstand empirischer Analysen. Bewegung in öffentlichen Räumen wird zudem davon geprägt, wie Inhalte erschlossen werden und welche Handlungsoptionen die räumliche Gestaltung eröffnet. Ausstellungsdesigns können so einen Rahmen schaffen, in dem sich Besucher:innen frei bewegen, und zugleich den Besucherfluss subtil

leiten. Eine Analyse des Besucherverhaltens in realen Ausstellungen ist daher nicht nur wissenschaftlich bedeutsam, um zu verstehen, wie Menschen Kunst rezipieren, sondern auch praktisch relevant, um bedeutungsvollere Verbindungen zu Exponaten zu fördern und Erkenntnisse für die Gestaltung zukünftiger Ausstellungen zu gewinnen.

Die Relevanz dieser Forschung ergibt sich aus mehreren Aspekten. Erstens handelt es sich bei Museumsbesuchen um eine Form ästhetischer Erfahrung, die sowohl kognitive als auch emotionale Prozesse anspricht und dadurch tiefgreifende Veränderungen in Wahrnehmung und Einstellung hervorrufen kann (Carr, 1991; Toohey & Wolins, 1993; Smith et al., 2001). Zweitens ist die Museums- und Ausstellungslandschaft nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich von hoher Bedeutung, sodass Erkenntnisse zum Besucherverhalten auch für die Praxis des Ausstellungsdesigns relevant sind (Tschacher & Tröndle, 2011a; Tschacher et al., 2012). Drittens liefert die Forschung zur verkörperten Kognition deutliche Hinweise darauf, dass Wahrnehmung, Emotion und Bewegung in einem untrennbaren Wechselverhältnis stehen (Kühnapfel et al., 2024; Newen et al., 2018; Varela et al., 1991). Bewegung im Raum ist demnach nicht nur ein Nebeneffekt des Kunstbetrachtens, sondern ein integraler Bestandteil der ästhetischen Erfahrung selbst.

Der theoretische Hintergrund dieser Arbeit stützt sich vor allem auf zwei Ansätze: Zum einen auf die Feldtheorie von Kurt Lewin, die Verhalten als Funktion des Zusammenspiels zwischen Person und Umwelt beschreibt (Rudolph, 2013). Emotionen wirken hier wie Kräfte, die anziehend oder abstoßend auf das Bewegungsverhalten wirken können (Kühnapfel et al., 2024). Übertragen auf den Museumsraum bedeutet dies, dass ein positiv erlebtes Kunstwerk

Besucher:innen tendenziell näher heranzieht und zu längerer Betrachtung motiviert, während negativ bewertete Werke zu Distanz oder kürzerem Verweilen führen können. Zum anderen greifen wir auf Konzepte der verkörperten Kognition zurück, die postulieren, dass kognitive und emotionale Prozesse untrennbar mit sensorisch-motorischen Handlungen verknüpft sind (Newen et al., 2018). Studien wie die von Kühnapfel et al. (2024) zeigen, dass Nähe zum Kunstwerk, dynamische Bewegungen und häufige Positionswechsel mit intensiveren, positiveren Kunsterfahrungen korrelieren. Ebenso weisen Ergebnisse von Yoshimura et al. (2019) und Bitgood (2006) darauf hin, dass sowohl räumliche Strukturen als auch visuelle Reize im Raum die Bewegungsrichtung und -dauer von Besucher:innen beeinflussen.

Vor diesem Hintergrund verfolgt diese Bachelorarbeit zwei eng miteinander verknüpfte Forschungsperspektiven. Zum einen soll untersucht werden, wie die Valenz, also die positiv oder negativ empfundene emotionale Färbung von Kunstwerken, das Bewegungsverhalten beeinflusst. Konkret interessiert uns dabei, ob Besucher:innen länger vor positiv bewerteten Bildern verweilen, sich diesen räumlich stärker annähern oder insgesamt dynamischer mit ihnen interagieren als bei negativ bewerteten Bildern. Zum anderen richtet sich der Fokus auf die Frage, welche Bilder als besonders interessant wahrgenommen und am besten erinnert, sowie auch welche Bilder am schönsten und erschreckendsten eingeschätzt werden und inwieweit diese Einschätzung in Zusammenhang mit dem Bewegungsverhalten in der Ausstellung steht. Zudem soll untersucht werden, ob in dem Bewegungsverhalten der Besucher:innen wiederkehrende Bewegungsmuster zu erkennen sind und ob es in der Ausstellung bestimmte Bereiche gibt, welche stärker frequentiert sind als andere.

Zur Beantwortung dieser Fragen werden wir ein Untersuchungsdesign in einer realen Kunstaussstellung umsetzen. Unsere Untersuchung findet in der Edvard Munch-Ausstellung der Kunstsammlungen Chemnitz statt. Munch (1863-1944) war ein norwegischer Maler, berühmt für seine intensiven Darstellungen menschlicher Emotionen, insbesondere von Angst. Die Erfassung der Bewegungsdaten erfolgt mithilfe eines Echtzeit-Messsystems (Ubisense), bei dem Besucher:innen einen Sender am Handgelenk tragen. Zehn Positionsdaten pro Sekunde (x-, y-, z-Koordinaten) ermöglichen präzise Bewegungsanalysen. Diese Form der Bewegungsanalyse erlaubt es, Handlungen und Wege im Raum systematisch zu erfassen und unauffällig zu beobachten (Al Khalifa & Jiwane, 2025). Zur Erhebung der Valenz wird in einer separaten Online-Studie mit einer studentischen Stichprobe die Wirkung aller in der Ausstellung präsentierten Bilder auf verschiedenen Emotionsdimensionen erfasst. Direkt nach dem Ausstellungsbesuch geben die Besucher:innen an, welche Werke sie am interessantesten fanden und am besten erinnern, sowie auch die Einschätzung, welche Bilder am schönsten und welche am erschreckendsten waren, um so die Bewegungsdaten direkt mit individuellen Einschätzungen zu verknüpfen. Die so erhobenen Daten, bestehend aus Bewegungsprofilen, subjektiven Bewertungen und soziodemografischen Angaben, erlauben eine differenzierte Analyse der Zusammenhänge zwischen Emotion, Interessantheit, Erinnerung und Bewegung.

Als Zielgruppe kommen Besucher:innen ab 18 Jahren mit guten Deutschkenntnissen in Betracht, die sich hinsichtlich Alter, Geschlecht und Bildungsstand unterscheiden. Die Rekrutierung erfolgt sowohl über reguläre Museumsbesucher:innen als auch über Studierende, die über Versuchspersonenstunden motiviert werden.

Mit dieser Studie wollen wir zum einen wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse darüber gewinnen, wie emotionale Bewertungen und kognitive Merkmale wie Erinnerbarkeit das Bewegungsverhalten im Museum beeinflussen. Zum anderen möchten wir praktische Implikationen ableiten, die für die Gestaltung von Ausstellungen, die Anordnung von Exponaten und die Förderung eines intensiven Kunsterlebens nutzbar gemacht werden können.

Literatur

- Bitgood, S. (2006). An analysis of visitor circulation: Movement patterns and the general value principle. *Curator: The Museum Journal*, 49(4), 463–475. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2006.tb00237.x>
- Carr, D. (1991). *Minds in Museums and Libraries: The Cognitive Management of Cultural Institutions*. *Teachers College Record The Voice Of Scholarship in Education*, 93(1), 6–27. <https://doi.org/10.1177/016146819109300105>
- Hein, G. E. (1998). *Learning in the Museum*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203028322>
- Kühnapfel, C., Fingerhut, J., Brinkmann, H., Ganster, V., Tanaka, T., Specker, E., Mikuni, J., Güldenpfennig, F., Gartus, A., Rosenberg, R. & Pelowski, M. (2024). How Do We Move in Front of Art? How Does This Relate to Art Experience? Linking Movement, Eye Tracking, Emotion, and Evaluations in a Gallery-Like Setting. *Empirical Studies Of The Arts*, 42(1), 86–146. <https://doi.org/10.1177/02762374231160000>
- Newen, A., De Bruin, L., & Gallagher, S. (2018). *The Oxford handbook of 4E cognition* (1st ed.). Oxford

University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198735410.001.0001>.

Rudolph, U. (2013) Motivationspsychologie (3. Aufl.). Beltz Verlag.

Smith, J. K., Smith, L. F., Rutgers University, The Metropolitan Museum of Art & Kean University.

(2001). SPENDING TIME ON ART. In Baywood Publishing Co., Inc., EMPIRICAL STUDIES OF THE ARTS (Bd. 19, Nummer 2, S. 229–236).

Toohy, J. M. & Wolins, I. S. (1993). Beyond the Turf Battles: Creating Effective Curator-Educator Partnerships. In The Journal Of Museum Education (Bd. 1, S. 4–6).

<https://www.jstor.org/stable/40478946>

Tschacher, W., Kirchberg, V., University of Bern, Leuphana University, Zeppelin University, Berlin, Karlsruhe & University of Applied Science Northwestern Switzerland. (2012). Physiological Correlates of Aesthetic Perception of Artworks in a Museum. In Psychology Of Aesthetics, Creativity, And The Arts (Bd. 6, Nummer 1, S. 96–103).

Tschacher, W. & Tröndle, M. (2011a). A dynamic systems perspective on fine art and its market. Futures, 43(1), 67–75.

Varela, F. J., Thompson, E. & Rosch, E. (1991). The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience. MIT Press. <http://dx.doi.org/10.7551/mitpress/6730.001.0001>

Yoshimura, Y., Sinatra, R., Krebs, A. & Ratti, C. (2019). Analysis of visitors' mobility patterns through random walk in the Louvre Museum. Journal Of Ambient Intelligence And Humanized Computing, 15(2), 1643–1658. <https://doi.org/10.1007/s12652-019-01428-6>