spielbein standbein

MUSEUMSPÄDAGOGIK AKTUELL · NO. 76 · DEZEMBER 2006

Auf der Suche nach der Zielgruppe

Jugendkulturen und Museum

editorial

Jugendliche sind die Zielgruppe, die vielen Kultureinrichtungen Rätsel aufgibt. Hip-Hop und Pfadfinder, Punks, Skins, Sportvereine – wie sehen sie aus, die kulturellen Szenen, in denen sich Jugendliche heute bewegen? Wofür interessieren sie sich? Und wie positionieren wir uns als Museen jungen Menschen gegenüber? Fragen wie diesen widmete sich der Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland mit der Tagung „JugendKulturen im Museum", die im November 2005 in den Franckeschen Stiftungen in Halle stattfand. Anregungen und Antworten schöpften wir in den zwei Tagen aus Vorträgen von Wissenschaftlern, Praxisberichten aus der Museumspädagogik und Beiträgen von Jugendlichen, von denen wir einige in diesem Heft mit Ihnen teilen möchten.

Der erste Artikel gibt einen kurzen Überblick über die zentralen Fragestellungen der Tagung, geht Berührungspunkten der Ansprüche Jugendlicher mit den Angeboten von Museen nach und fasst damit einige Ergebnisse der Tagung zusammen. Der Artikel „Sie sind mitten unter uns" präsentiert in einer Zukunfswerkstatt mit Jugendlichen in den Franckeschen Stiftungen entstandene Ideen, Gedanken und konkrete Wünsche, die Jugendliche an eine Zusammenarbeit mit Museen haben. Max Fuchs beleuchtet in seinem Beitrag den gesellschaftlichen Hintergrund, vor dem kulturelle Jugendarbeit heute zu sehen ist. Er zeigt auf, wodurch das Bild „der Jugend" in der öffentlichen Wahrnehmung geprägt ist und analysiert die gegenwärtigen Probleme der Rahmenbedingungen für diese Kultur des Aufwachsens in Deutschland – und die sich ergebenden Möglichkeiten für Museen im Bereich der kulturellen Bildungsarbeit mit jungen Besuchern.

Nicolle Pfaff geht auf die soziodemographischen, wirtschaftlichen Bedingungen und Bildungschancen Jugendlicher in den neuen Bundesländern ein und vergleicht die kulturellen und politischen Orientierungen junger Menschen in Ost- und Westdeutschland. Bernd Lindner stellt aus kultur- und jugendsoziologischer Sicht die Veränderungen des Rezeptionsverhaltens von Jugendlichen in Ostdeutschland vor und nach 1990 dar. Das Bild der „beratungslosen (Jugend-)Generation" bietet den Museen eine wichtige gedankliche Grundlage für konkrete Überlegungen für geeignete Formen der Ansprache jugendlicher Besucher. Uwe Manschwetus fasst Marketing als „die Kunst der Gestaltung von Beziehungen" auf. Er bietet mit einem übersichtlichen Katalog wichtiger Schritte und Fragestellungen in seinem Artikel praktisches Handwerkszeug für die erfolgreiche Entwicklung eines der Zielgruppe angemessenen Angebotes.

Die drei dann folgenden Beiträge aus der museumspädagogischen Praxis bieten Einblicke in verschiedene Projekte mit Jugendlichen am Stadtgeschichtlichen Museum Leipzig, am Überseemuseum in Bremen und am Kulturhistorischen Museum Görlitz. Jana Mühlstädt-Garczarek berichtet über die gemeinsam mit Jugendlichen entwickelte multimediale Erlebnisausstellung zur Welt der Werte „Wurzeln und Flügel – Perspektiven des Lebens" des Jugendbildungsprojektes wintergrüne, Torgau. Und last but not least stellt sich die Servicestelle Jugendbeteiligung Halle vor, die ganz konkrete Impulse – vielleicht auch für Ihre nächsten Vorhaben – mit und für jugendliche Partner gibt.

Mareike Ballerstedt, Beate Kaiser, Ines Schnee

Die April-Ausgabe von **Standbein Spielbein** widmet sich dem Thema **Wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit für barrierefreie Museumsangebote.** Die Redaktion des Heftthemas übernimmt Karin Maaß (AK Rheinland-Pfalz/Saarland). Redaktionsschluss ist der 15. Februar 2007.

Karin Maaß, Unterer Hagen 7, 66117 Saarbrücken,
Fon 0681-58 28 74, ka.maass@web.de

Impressum

Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell,
Nr. 76, Dezember 2006

Herausgeber: Bundesverband Museumspädagogik e.V.
www.museumspaedagogik.org/standbein/standbein.php4

Redaktion: Romy Steinmeier
Eidelstedter Weg 63a, D-20255 Hamburg
fon + fax: +49 (0) 40-491 69 59
e-mail: romy.steinmeier@ngi.de

Titelfotos: 1. und 3. von oben links: komma klar…ey,
andere: www.pixelquelle.de

Satz und Layout: typografik Michael Schulz, Hamburg
e-mail: ms.typografik@t-online.de

Druck: Lebenshilfe g.GmbH, Lüneburg

Anzeigen: Preise nach Anzeigenpreisliste 1/06,
Redaktionsschluss für Anzeigen nach Absprache

Erscheinungsweise und Bezug: Standbein Spielbein.
Museumspädagogik aktuell erscheint 3 x jährlich
(Jahresabo € 21,– / Einzelheft € 8,–). Für Mitglieder des
Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. ist
der Bezug der Zeitschrift im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
BLZ 200 505 50, Kto.-Nr. 1281-121 929

Copyright bei den Herausgebern.

Die Artikel geben nicht notwendigerweise die Meinung
der Herausgeber und der Redaktion wieder.

ISSN 0936-6644

Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell Nr. 77
erscheint im April 2007.

Redaktionsschluss ist der 15. Februar 2007.

Wir freuen uns über LeserInnenbriefe und Manuskripte,
behalten uns allerdings Abdruck, Kürzungen und
Änderungen vor.

inhalt

thema

Mareike Ballerstedt, Jugendkulturen im Museum 4

Beate Kaiser/Susanna Kovacs, „Sie sind mitten unter uns“ – Jugendkulturen und Museum 7

Max Fuchs, Museale Identitäten und kulturelle Bildung 11

Nicolle Pfaff, Jugend in Ostdeutschland. Ergebnisse der Jugendforschung zur Situation und zu den Problemen Jugendlicher 18

Bernd Lindner, Museum, ja – und? Jugendliche Besucher und Museen in Ostdeutschland 23

Uwe Manschwetus, Kinder und Jugendliche als Zielgruppe für Museen 26

Elke Schaar, Schillernd & Kreativ. Ausstellungen anders anpacken 32

Birte Stüve, Warum kann Schule nicht FIES sein? Ein Jugendprojekt im Überseemuseum Bremen 35

Mareike Ballerstedt/Cornelia Deckert, Stadtgeschichte und Kunst für Jugendliche oder: Das Abenteuer Partizipation 39

Jana Mühlstädt-Garczarek, Ausstellungen gestalten – mit und für Jugendliche 43

komma klar … ey – Regionale Servicestelle Jugendbeteiligung Halle 46

projekte

Regine Gabriel, Gestalterisches und theaterpädagogisches Arbeiten in der Gedenkstätte Hadamar 48

Gabriele Knapp, Geschichte in Bildern entdecken 53

rubriken

editorial 2

impressum 2

ausstellungen 57

publikationen 60

treffen – tipps – termine 62

und außerdem 67

neues vom verband 71

kurz gefragt 74

Jugendkulturen im Museum

Auf der Suche nach einer Zielgruppe

Mareike Ballerstedt

Mareike Ballerstedt

Die Gruppe der 14- bis Mitte 20-Jährigen stellt für viele Museen eine Zielgruppe dar, an die schwieriger als an andere Besuchergruppen heranzukommen ist, – und die Zielgruppe, die viele Kollegen am meisten verunsichert in Bezug auf die Angemessenheit und den Erfolg der eigenen Angebote.

Ein diffuses Bild von „der Jugend“ steht oft im Widerspruch zu den Erfahrungen, die man in konkreten Projekten mit einzelnen Jugendlichen oder Jugendgruppen macht.

Um dem ratlosen Schulterzucken und der hilflosen Erklärung „in dem Alter interessieren die sich halt für ganz andere Dinge“ zukünftig etwas entgegensetzen zu können, widmete der Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland (AKMPO) diesem Thema im November 2005 eine zweitägige Tagung in Kooperation mit den Franckeschen Stiftungen in Halle, während der wir uns mit Experten aus der Wissenschaft, der museumspädagogischen Praxis und mit Jugendlichen selbst auf die Suche nach dieser Zielgruppe und einem besseren Verständnis ihrer Wünsche begeben haben.

Wer sind sie eigentlich, „die Jugendlichen“? – Gibt es sie überhaupt, die Zielgruppe „der Jugendlichen“? Zahlreiche Studien versuchen regelmäßig ein differenziertes Bild von der Situation junger Menschen, ihren kulturellen Vorlieben, ihren Interessen und Lebensstilen zu zeichnen. Längst hat die Konsumforschung diese Altersgruppe als potente Kundengruppe entdeckt und beobachtet.

In der Jugendforschung werden inzwischen mehrere hundert Szenen und Subkulturen unterschieden, in denen sich Jugendliche heute bewegen. Dabei reichen die Merkmale, hinsichtlich derer sich die Gruppen differenzieren, von bevorzugten Musik- oder Kleidungsstilen über Freizeitbeschäftigungen, religiöse Zusammenhänge bis hin zu politischen Grundhaltungen.

Was macht „Jugend“ eigentlich aus? Ist sie zu reduzieren auf eine altersspezifische Entwicklungsphase? Ist es die Rebellion allem Etablierten gegenüber, die „der Jugend“ seit der Zeit der Jugendbewegung zu Beginn des 20. Jahrhunderts gerne angehängt wird? Bis heute tauchen Jugendliche in Berichten, Nachrichten oder Bildungsstudien überwiegend in problematisierenden Kontexten auf, sei es in der Debatte um die Ergebnisse der PISA-Studien, in Zusammenhang mit Rechtsextremismus, Drogenkonsum oder Jugendarbeits-

losigkeit. Auffällig – und fragwürdig – ist dabei, dass „die Jugend“ oft „der Gesellschaft“ gegenübergestellt wird.

Empfinden sich junge Menschen in einem bestimmten Alter überhaupt selbst als „die Jugend(lichen)“? Worüber identifizieren sich junge Menschen mit bestimmten gesellschaftlichen Gruppen?

Jenseits der unterschiedlichen Lebensstile, des Freizeit- und Konsumverhaltens kennzeichnet „Jugend“ vielleicht vor allem eine Lebensphase, die durch Orientierungs- und Identitätssuche, durch den Wunsch nach Selbständigkeit und Ungebundenheit einerseits und durch die Suche nach Zugehörigkeit und Sinn andererseits gekennzeichnet ist. Diese Suche nach Identität geht dabei über die persönlichen Vorlieben, Stärken und Schwächen weit hinaus, wie auch während der Tagung in vielen Beiträgen deutlich wurde. In diesem Alter versuchen junge Menschen auch, sich in der Gesellschaft zu verorten. Sie setzen sich mit Wertvorstellungen und ihren Gültigkeiten, mit Kohärenz und Stimmigkeit dieser Werte in ihrer Umgebung auseinander. Und sie sind ständig dabei, Grenzen zu verschieben. Die Grenzen ihrer eigenen Wahrnehmung und ihres eigenen Wissens, die Grenzen dessen, was sie bisher als Normalität kennengelernt haben.

Und genau an dieser Stelle ergeben sich Berührungspunkte mit der Vermittlungsarbeit von Museen, die als Potenzial in der Zusammenarbeit mit jugendlichen Museumsbesuchern noch stärker entdeckt und entwickelt werden können.

Die identitätsstiftende Funktion von Museen beispielsweise kann in der Arbeit mit jugendlichen Besuchern eine ganz konkrete Dimension bekommen. Junge Menschen nähern sich von sich aus Objekten und Themen mit der Frage nach dem persönlichen Bezug zu dem Dargestellten. Sie sind selbst auf der Suche nach „möglichen Welten“ und nach Mustern zum Umgang mit kultureller Vielfalt, mit der Pluralität der Lebensstile und -entwürfe, zum Umgang mit Veränderung, was vor dem Hintergrund des Mauerfalls für Jugendliche in Ostdeutschland noch von besonderer Relevanz ist. Kurz, sie sind auf der Suche nach verschiedenen Möglichkeiten, *„wie Menschen mit ihrer Welt zurechtgekommen sind, wie sie Mensch sind“,* wie Professor Fuchs in seinem Vortrag formulierte.

Hier haben wir als Einrichtungen der kulturellen, ästhetischen oder historischen Bildung gute Möglichkeiten, als adäquate Partner aufzutreten.

„Die Auflehnung gegen die Beschränkung des Denkens auf Funktionalität und Nutzen gehört zu den Anliegen kultureller, kreativer Aktivitäten, wie auch die Kritik an der Trägheit eingefahrener Sehweisen… Wo sonst als in der Kunst erfahren wir, dass es zu dem, was besteht, immer auch noch mindestens eine Alternative gibt. Wo sonst werden wir immer wieder aus der eingefahrenen Bahn unserer Wahrnehmungsbeschränkung und Denkrichtung herausgeworfen? Wo sonst bilden wir erfahrend die Subjektivität als vollständige Menschen aus, bestehend aus Verstand, Emotion und Wahrnehmungsfähigkeit?“, fragte Christina Weiss als Kulturstaatsministerin in ihrer Rede zur Notwendigkeit ästhetischer Bildung auf dem Kongress „Kinder zum Olymp“ im Januar 2004. Und nicht zuletzt die vielen museumspädagogischen Projekte beweisen, dass dieses Plädoyer für ästhetische Bildung Kunstmuseen ebenso wie kulturhistorische oder naturkundliche Museen umfasst.

Als Ausstellungsorte originaler Exponate nutzen wir die Chance in der Vermittlungsarbeit, die Dinge in verschiedene Kontexte stellen und aus verschiedenen Perspektiven betrachten zu können. Die Auseinandersetzung mit Kultur-, Sozial- oder Industriegeschichte kann den Jugendlichen bewusst machen, dass das, was wir retrospektiv als historische Prozesse bezeichnen, einmal Gegenwart war, in der Menschen in konkreten sozialen, ökonomischen, gesellschaftlichen und privaten Situationen gelebt, gedacht, entschieden und gehandelt haben. Sie kann die Erkenntnis fördern, dass auch wir heute als handelnde Personen Akteure in gesellschaftlichen Prozessen sind, die man eines Tages als historische Kontexte reflektieren wird.

Nicht nur Kunstmuseen tragen so zu einer ausgeprägteren Fähigkeit der Wahrnehmung bei, schulen *„in der Kunst der vielen Blickweisen“,* um noch einmal Frau Weiss zu zitieren.

Zahlreiche Museen haben in den letzten Jahren Projekte für und mit Jugendlichen mit Migrationshintergrund entwickelt, in denen es um die Auseinandersetzung mit verschiedenen kulturellen Identitäten und die häufig mit ihnen verbundenen Wertungen geht. Museen können einen wichtigen Beitrag leisten für eine neugie-

rige Haltung anderen Lebens-, Anschauungs- und Gestaltungsweisen, anderen Weltanschauungen gegenüber, für einen sicheren Umgang mit Neuem und Fremdem, für eine Anerkennung des Anderen als anders, die nicht (ab)wertet.

Fragen nach aktuellen gesellschaftlichen Themen und nach Werten wie Gerechtigkeit spielen dabei nicht nur aus Sicht der „Museumsleute", sondern nach Aussage der Jugendlichen selbst eine wichtige Rolle für sie – und es wurde deutlich, dass sie mit einer großen Ernsthaftigkeit und sehr lösungsorientiert gesellschaftspolitischen Fragestellungen nachgehen, d.h. mit dem expliziten Ziel, Verbesserungsmöglichkeiten und Alternativen zu entwickeln. Und sie erwarten dabei, von ihrem Gegenüber ernst genommen zu werden, sie erwarten ehrliche Antworten und Authentizität. (Die vor kurzem erschienene 15. Shell-Jugendstudie, für die 2.500 Jugendliche detailliert befragt wurden, kommt in diesem Zusammenhang zu zwei interessanten Ergebnissen: Sie attestiert Jugendlichen ein hohes Maß an Bewusstsein für die „großen gesellschaftlichen Themen" und eine lösungsorientierte Herangehensweise an gesellschaftliche Fragen, und sie zeigt, dass Jugendliche Bildung als Schlüsselfrage für ihre Zukunft ansehen. Vgl. Shell-Jugendstudie 2006.)

Das vielseitige Engagement, die Kreativität und die Bereitschaft der Jugendlichen, ungewohnte Wege zu gehen, kommen auch in vielen der in diesem Heft veröffentlichten Projekte zum Ausdruck.

Sie zeigen auch, dass das Interesse und die Einsatzbereitschaft der Jugendlichen einhergehen mit dem Bedürfnis, sich – d.h. die eigenen Werte, Gedanken, Lebenswelten – mit-zu-teilen, und das über den Austausch mit Angehörigen der eigenen Peergroups hinaus. Auch hier haben Museen vielseitige Möglichkeiten Räume zu schaffen, eine Kultur der Neugier und des Zuhörens zu fördern. Räume zu schaffen nicht nur für ein Nachdenken über und eine Auseinandersetzung mit verschiedenen Themen, sondern auch für eigene Ausdrucksmöglichkeiten für jugendliche Besuchergruppen. Dabei ist es wichtig, nach Formen der Zusammenarbeit zu suchen, die eine wirkliche Partizipation der teilnehmenden jungen Besucher ermöglichen. Das ist vielleicht der Punkt, der am meisten Umdenken und Umlernen – und neu Organisieren – seitens der Museen erfordert, da partizipative Methoden, die eine gemeinsame Gestaltung des Prozesses ermöglichen, ein ergebnisoffeneres Arbeiten bedeuten.

Die Beispiele in diesem Heft zeigen, dass den Themen und Inhalten, für die sich jugendliche Besuchergruppen interessieren, dabei keine Grenzen gesetzt sind. Und sie bilden nur einen kleinen Teil all der vielseitigen Ideen und Projekte ab, die derzeit an vielen Museen realisiert werden.

Diese Ausgabe von Standbein Spielbein spiegelt hoffentlich das Ergebnis der Tagung wider: Es hat sich gelohnt, sich auf die Suche nach einer Zielgruppe zu begeben, die sich letztlich als vielen Museen doch gar nicht so unbekannt und zumindest nicht fremd herausstellte. Die Vielzahl der Jugendszenen machte uns bewusst, dass Diversität und Heterogenität der Interessen und kulturellen Vorlieben der Jugendlichen denen der erwachsenen Besucher und Nicht-Besucher entspricht. Die Vorträge zu den soziologischen und bildungspolitischen Rahmenbedingungen, in denen sich junge Menschen – wie Museen – heute bewegen zeigen, auf welche Art und Weise „Jugend" im gesellschaftlichen Kontext eingebettet ist.

Die Tagung hat viele Impulse für die Praxis gegeben – und bot viele ermutigende Gegenbeispiele für die sonst so oft formulierte Wahrnehmung desinteressierter jugendlicher Museumsbesucher oder das häufig medial vermittelte Bild einer „politikverdrossenen" oder nicht mehr lernbereiten Jugend.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern gute Anregungen für ihre Suche nach und Zusammenarbeit mit „einer" interessanten Zielgruppe!

Mareike Ballerstedt
für den Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland
mareike.ballerstedt@gmx.de

thema

„Sie sind mitten unter uns“

Jugendkulturen und Museum

Beate Kaiser / Susanna Kovacs

An dieser Stelle wollen wir nicht von Aliens oder anderen artfremden Lebewesen schreiben, zumal uns der Museumsbezug einiges Kopfzerbrechen bereiten würde. Doch fremd sind sie uns hin und wieder allemal: „die Jugendlichen“, Menschen zwischen 14 und Mitte 20, die die Museen durchströmen (oftmals im Klassenverband und nicht ganz freiwillig), die einen gewissen Ruf haben und sich selbst und vor allem ihren Mitmenschen oftmals ein Rätsel sind.

Wer kennt sie nicht, die genervten Schülergesichter, die trotz enthusiastischer und engagierter Arbeit der Museumspädagogen keine Anteilnahme zeigen. Die lauten und viel zu großen Klassen, die das Foyer blockieren, ältere Besucher stören, während der Führung telefonieren oder SMS schreiben, die Ohrenstöpsel nicht rausnehmen und in jeder Sekunde ihres Besuches deutlich machen, wie öde dieses Museum schon wieder ist. Aber jeder kennt auch die aufmerksamen Gesichter und unverblümten Fragen, die Nüchternheit oder Phantasie, mit der jugendliche Besucher manch eine Veranstaltung bereichern.

TeilnehmerInnen der Zukunftswerkstatt präsentieren ihre Ergebnisse. Rechts: Susanna Kovacs

Jugendliche sind nicht nur Schüler

All diese Erfahrungen, Rätsel und der Fakt, dass die museumspädagogische Arbeit für 14 bis 25-Jährige vielen Kollegen als „ihre unsichere oder schwache Seite“ vorkommt, waren Grund genug, diesem vermeintlich ungleichen Paar, das Jugend und Museum zu sein scheint, eine Tagung zu widmen. Denn resultiert die Unsicherheit im Umgang mit ihnen wirklich nur aus unseren Erfahrungen mit deren Verhalten – oder liegt es vielleicht auch daran, dass wir gar nicht wirklich viel wissen über das, was diese Zielgruppe und ihre Erwartungen eigentlich ausmacht? Wie können wir sie überhaupt adäquat ansprechen? Und schließlich ist sogar in internationaler Dimension für den Museumsauftrag festgelegt, dass Museen keine Besuchergruppen ausgrenzen sollen.

Das Feld „Museumspädagogik und Schule“ war bereits vielfach Gegenstand von Tagungen, die Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen beiden Institutionen wurden in den letzten Jahren zunehmend neu wahrgenommen. Dies lässt sich auch an der Tatsache ablesen, dass laut der jährlichen Museumsbefragungen des Instituts für Museumskunde Schüler im Klassenverband nach wie vor das wichtigste Besucherpotenzial stellen. Daher hat der AKMPO das Feld „Museumspädagogik und Schule“ einmal verlassen, um sich ein Bild von den gegenwärtigen Szenen zu verschaffen, in denen sich Jugendliche jenseits der Schule bewegen. Jugendliche sind nicht nur Schüler, sondern auch Hip-Hopper, Gothics, Skins oder Normalos, sie sind Jungs und Mädchen, sie sind verliebt oder auch nicht, sie gehen auf Parties, in Discos, Shoppen, zum Sport oder in die Kneipe. Es stellt sich für die Museen die Frage, wie sie über den Rahmen der Schule hinaus ein konstruktives Verhältnis zu jungen Menschen aufbauen und ein für sie attraktives Angebot schaffen können.

Die Lebensphase der Jugend gilt als eine der schwierigsten in der menschlichen Vita. Vieles ist neu und turbulent, alles wird hinterfragt – auch das eigene Ich auf der Suche nach der eigenen Identität. Die erste Liebe, Schul- bzw. Ausbildungsstress, Leistungsdruck, körperliche Veränderung, die Angst, in einer Gruppe nicht dazu zu gehören – das alles findet in einer Welt der schnellen Veränderung und der ungewissen Zukunftsperspektiven statt. Es scheint, als hätten Jugendliche weitaus andere Probleme als die, sich mit Museen auseinander zu setzen. Warum sollen Jugendliche auch außerhalb des Unterrichtes in Museen kommen – was haben diese mit ihnen zu tun? Wo gibt es etwa Berührungspunkte? Und wem sollte man diese Fragen stellen, wenn nicht der gewünschten Zielgruppe selbst?

Zukunftswerkstatt Museum

Während unserer Tagung kamen wir mit etlichen Jugendlichen ins Gespräch. Im Rahmen dieses Beitrages soll ein wichtiges Projekt vorgestellt werden: „Kernstück“ unserer Tagung war ein im Vorfeld der Tagung in den Franckeschen Stiftungen zu Halle durchgeführtes Projekt. Die Museums- und Sozialpädagogin Susanna Kovacs erarbeitete unter dem Titel „Was wir können, und was wir wollen“ eine Bestandsaufnahme und eine Zukunftswerkstatt zum Zusammenkommen von Jugendlichen und der Institution Museum. Dabei traf sich eine Gruppe von ca. 25 Jugendlichen mehrere Male (und freiwillig), um über ihr Verhältnis zur Museumsarbeit nachzudenken. Diese Jugendlichen hatten bis dahin kaum Berührung mit der Institution Museum gehabt, sie waren aber bereits im Rahmen des Schulunterrichts im Museum gewesen.

Nun stellten sie sich also die Frage, was sie von Museen im Allgemeinen halten und erwarten – ein großer Wunschzettel entstand. Manche Ideen mögen ein bisschen verrückt klingen, und nicht alle Ansätze lassen sich jederzeit und überall realisieren. Aber interessant ist es allemal, was junge Leute sich vom Museum erhoffen:

Rund um das Thema „Ausstellungen“ wurden vor allem „jugendgerechte Themen“ wie Serien, Stars, Musik heute und damals, Mode, Liebe und Sex gewünscht. Darüber hinaus gab es den Wunsch nach mehr Ausstellungsplatz, nach Technik „zum Ausprobieren“ und der Möglichkeit zur eigenen kreativen Gestaltung in der Ausstellung. Außerdem wurden eine kunstvolle, lockere, freundliche und angenehme Außen- und Innenarchitektur angemahnt. Wichtig war auch der Rahmen, in dem Vermittlungsarbeit stattfindet: Die Jugendlichen wollen Ausstellungen mit allen Sinnen wahrnehmen, sie wünschten sich gemütliche Relaxplätze zur Betrachtung, Hintergrundmusik, Lichteffekte und Kulinarisches zum Kosten. Wie wäre es mit außergewöhnlichen Ausstellungsorten oder -medien: auf Kleidung, in der Kanalisation, auf der Straße oder unter Wasser? Außerdem sollte es im Museumsshop „coolere Sachen zum Kaufen“ geben.

Das Personal sollte keine sturen Programme abhandeln, sondern altersgerechte Führungen anbieten (vor allem hinsichtlich Zeit und Sprachwahl). Die Verhaltensregeln sollten „sanft und nicht diktatorisch“ erklärt werden, das Personal sollte sich mit seiner Arbeit identifizieren, freundlich sein und alle Besucher als Gäste behandeln. Und darüber hinaus sollte die Kleidung des Personals möglichst locker sein…

Die Jugendlichen konnten sich mehrheitlich ein Zusammenarbeiten mit dem Museum gut vorstellen. Sie überlegten, wie das aussehen könnte: So wollten sie aktiv bei Ausstellungen mitwirken, Verantwortung tragen oder als Führungspersonal mitarbeiten. Eine interessante Idee war die der „Jugendscouts“, die Ausstellungen für ihre Peers testen und mit einem Punktebewertungssystem versehen.

Der Eintritt sollte frei oder wenigstens ans Taschengeld angepasst sein. Schön wäre es, wenn dann aber ein Gratisgetränk dabei wäre! Auch ein Punktsystem mit Belohnung nach entsprechend vielen Besuchen wäre toll.

Wo sollte Werbung für jugendliches Publikum gemacht werden? Natürlich in der Schule, aber auch an Freizeitorten: in Jugendzentren, Discos, Kinos oder auf Straßen und Spielplätzen.

Und was wir mit nach Hause nahmen…

Neben diesen Ergebnissen, die auf der Tagung sehr überzeugend und lebendig von den Jugendlichen selbst vorgetragen wurden, konnten wir in Halle viele Projektberichte, Statements und Ideen hören. Als Fazit sollen hier fünf Thesen skizziert werden:

Jugendliche wollen betroffen sein

Um Jugendliche für ein Projekt oder eine Ausstellung zu gewinnen ist es nötig, eine persönliche Betroffenheit mit dem Thema herzustellen. Damit ist nicht emotionale Gefühlsseligkeit gemeint, sondern die Tatsache, dass Jugendliche (und auch andere Museumsbesucher) sich und ihre Lebenswelt in einer Ausstellung, einem Projekt oder einer Veranstaltung wiederfinden wollen. Die Museen haben also die Chance, mit ihren Ausstellungen, Projekten und Veranstaltungen an den Problemen Jugendlicher anzusetzen. Dabei können die Schwierigkeiten, die man mit dem Heranwachsen haben kann, genauso wie wirtschaftliche Probleme, politische Diskurse, Umweltthemen oder Fragen zur multikulturellen Gesellschaft in den Blickpunkt rücken. Die Arbeit mit Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist in den letzten Jahren sehr ausgebaut worden. Migration und Integration stellen aber auch für andere Jugendliche ein lohnendes Thema dar, das z.B. von der jugendlichen Projektgruppe explizit als Wunschthematik genannt wurde.

Museumspädagoginnen und Museumspädagogen sollten also an gezielten Fragestellungen arbeiten, die sowohl das Museums-Thema als auch ihre Besucher betreffen. Der Anspruch sollte dabei sein, den Jugendlichen über das Museum und seine Ausstellungen eine Auseinandersetzung mit ihrer eigenen gesellschaftlichen Realität zu ermöglichen und ihnen dabei einen Zugang zur Kunst, wahlweise zur Geschichte/Naturgeschichte etc. zu eröffnen. Hier kann die Museumspädagogik ihre methodische Stärke der Multiperspektivität und der ästhetischen oder künstlerischen Zugänge zu historischen oder aktuellen gesellschaftlichen Themen noch viel stärker nutzen.

Jugendliche wollen beteiligt werden

Um sich für Museumsprogramme oder das Museum an sich zu begeistern, möchten Jugendliche beteiligt werden. Entscheidend ist dabei die Wahl der passenden Methode: Jugendliche Besucher wünschen sich Vermittlungsmethoden jenseits von Führung und Vortrag, bei denen sie selbst nicht nur als Adressaten wahrgenommen werden. Dem Gespräch kommt dabei große Bedeutung zu, aber auch umfangreicheren Arbeitsformen wie Projekten, Seminaren, Forschungsreisen oder ähnlichem. Der Einsatz von Medien während des Ausstellungsbesuchs oder danach wird immer gern gesehen.

Die Ansprüche an eine partizipative Zusammenarbeit im Museum der Jugendlichen geht über die Vermittlungsformen hinaus. Wichtig ist ihnen, dass ihre Fragen, ihre Gedanken und Ambitionen als wichtig erkannt und vom Gegenüber („dem Personal“) ernst genommen werden. Überhaupt ist die Person der Museumspädagogin/des Museumspädagogen von wesentlicher Bedeutung. Gesprächsbereitschaft, Offenheit und ein zeitgemäßes Auftreten kommen gut an! Sicherlich kann kein Museumspädagoge auf alle derzeit registrierten 400 Jugendkulturen eingehen, das ist aber auch nicht die Erwartung aus Sicht der jugendlichen Museumsbesucher. Eine gewisse Grundsensibilität für die Belange und Ansichten junger Menschen kann aber den Dialog in Gang bringen.

Jugendliche wollen Verantwortung

Diese These knüpft an die vorhergehende an: Wenn Jugendliche an einem Projekt, an einer Führung oder einer Veranstaltung beteiligt werden, möchten sie für ihr Tun auch die Verantwortung tragen. Das Selbstentscheiden innerhalb verabredeter Grenzen kann für Jugendliche eine wertvolle Erfahrung sein.

Jugendliche wollen Glaubwürdigkeit

Im Gespräch mit den Jugendlichen wurde deutlich, dass sie sich sehr für das Profil der Institution Museum interessieren. Man will wissen, mit wem man es zu tun hat – und man wünscht sich ein Gegenüber, das zu seinen Aufgaben und seinen Regeln steht und sich nicht verbiegt. Sprachliche Verrenkungen (das betonte Sprechen eines vermeintlich jugendlichen Slangs) kommen genauso wenig an wie unentschlossenes, uninteressiertes oder unverbindliches Verhalten seitens des Museumspersonals. Es geht um eine Partnerschaft zwischen ungleichen Partnern, die aus ihrer Verschiedenheit profitieren können.

Jugendliche wollen Spaß

So selbstverständlich es klingen mag, man kann es nicht oft genug sagen: Freude und Spaß sollte die Zusammenarbeit zwischen den Jugendlichen und dem Museum auf jeden Fall machen! Darüber hinaus streben Kinder und Jugendliche aller Altersgruppen nach Lob und Anerkennung, sie sind auf der Suche nach Freunden und Vorbildern und nicht zuletzt nach Orientierung. Dazu sollte den Museen doch einiges einfallen!

Dieser Katalog verlangt den Museumspädagoginnen und Museumspädagogen natürlich viel Idealismus, Geduld, Geld und Nachhaltigkeit ab. Partizipative Methoden erfordern sehr viel größeren zeitlichen Umfang, als ihn museumspädagogische Angebote oft haben. Ebenso Projekte und eigene Ausstellungsvorhaben. Im Museumsalltag müssen aber viele Klassen betreut werden, jede Museumspädagogin und jeder Museumspädagoge hat ja auch immer ein Auge auf die Besucherzahlen. Die müssen schließlich stimmen, am besten steigen. Personelle und materielle Ressourcen hingegen wachsen meist – zumindest nicht proportional – mit. So bleibt nicht immer genügend Zeit, um auf jede Gruppe und jeden Schüler einzugehen – die konzeptionelle Einbindung junger Besucher und längerfristige Projektarbeit bleibt oft ein Wunsch, die Arbeit mit Schülern hat im Alltag Vorrang, (was an dieser Stelle keinesfalls wertend gemeint ist).

Dennoch können und sollten Museen versuchen, über ihre Arbeit mit Schülern im Klassenverband hinaus ein Ort zu werden, der für Jugendliche wichtig ist. Ein nicht kommerzieller aber offener Ort, der Bildung und Spaß bietet, sei es auch für eine vergleichsweise niedrige Zahl von jungen Besuchern. Von dieser Arbeit profitieren sicher auch die vielen Schulklassen, die das Haus besuchen.

Beate Kaiser
Kulturhistorisches Museum Görlitz
Dorotheenstraße 11
01219 Dresden
beate_kaiser@yahoo.de

Susanna Kovacs
Franckesche Stiftungen
Franckeplatz 1, Haus 37
06110 Halle

thema

Museale Identitäten und kulturelle Bildung

Was haben Jugendliche vom Museum?

Max Fuchs

1. Zur Klärung der Fragestellung

Ebenso wie die Kulturpolitik ist auch die Politik, die kulturelle Bildung unterstützen soll, komplizierter geworden. Während man in der Praxis, also in der Regel auf lokaler Ebene, zwar auch über Geld, aber auch über unmittelbar anwendbare Konzepte spricht, hat man es auf Bundesebene eher mit abstrakten Rahmenbedingungen zu tun: Urheberrecht, internationale Handelsverträge, UNESCO-Konventionen. Ein solches, eher abstraktes Thema ist auch die Föderalismusreform. War zu Beginn des Regierungsantritts noch ein Problem, ob es wieder einen Kulturstaatsminister geben soll und war fraglich, ob verdienstvolle Einrichtungen wie die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung (BLK) erhalten bleiben, weiß man jetzt Genaues: Die Föderalismusreform wurde vor der Sommerpause 2006 abgeschlossen und Bildung, Kultur und ggf. Jugendpolitik sind die Verlierer, denn die Bundeszuständigkeit wurde entweder völlig reduziert oder zumindest ernsthaft in

Max Fuchs

Frage gestellt. Mit der Benennung dieser drei Politikfelder habe ich bereits ein erstes wichtiges Ergebnis formuliert. *Kulturelle Bildung findet nämlich als Querschnittsaufgabe in allen drei Politik-Feldern statt.*

Ich bin Leiter der Akademie Remscheid, einer Bundes- und Landesakademie für kulturelle Bildung. Unser Inhalt ist zwar Kulturarbeit, aber wir werden über jugendpolitische Haushaltstitel finanziert: über das Kinder- und Jugendhilfegesetz. Mein erster Zugang zu dem Thema ist also ein jugendpolitischer. Als Jugendpolitiker ist man chronisch depressiv. Nicht wegen der Jugend, sondern darüber, wie Jugend in den Medien vorkommt: Sie liefert schlechte PISA-Ergebnisse, zündet Vorstädte von Paris an und geht anscheinend nicht häufig genug ins Museum. Jugendpolitik ist meist eine Jugend*problem*politik. Als eine erste wichtige Rahmenbedingung kulturpädagogischer Arbeit muss man daher festhalten, dass die anvisierte Zielgruppe ein schlechtes Medienimage hat.

Eine zweite Überlegung betrifft die Überschrift: „Museale Identitäten"

Was heißt insbesondere „museal"? Ich habe in einem Wörterbuch nachgesehen. Da steht: zum Museum gehörig. Das Wort hat allerdings im alltäglichen Sprachgebrauch einen negativen Beigeschmack. Was museal ist, ist verstaubt, altmodisch, kurz: nicht mehr so ganz auf der Höhe der Zeit. Die „Identität" ist ebenfalls ein nicht ganz einfacher Begriff. Viele Wissenschaften, etwa die Psychologie, die Soziologie, aber auch die Pädagogik oder die Philosophie, streiten sich über die Zuständigkeit für diesen Begriff. Pädagogen sehen etwa einen Arbeitsauftrag, Identitäten zu entwickeln. In unserem Kontext könnte man „museale Identitäten" mindestens dreifach verstehen. Wenn „museal" zum Museum gehörig bedeutet, dann wäre das die Identität des Museums selbst. Man kann aber auch fragen, sind das vielleicht solche Identitäten, die – eben weil sie so angestaubt sind – ins Museum gehören? Und welche wären das dann? Vielleicht gehören unsere auch schon dazu. Und drittens: Es sind vielleicht jene Identitäten, die sich im Umgang mit dem Museum entwickeln.

Bei Identitäten muss man zudem differenzieren zwischen personenbezogener, persönlicher Identität, also einem persönlichen „Besitz", etwas, das ich habe, gern hätte oder vielleicht auch gerne gegen eine andere austauschen würde. Andererseits gibt es auch kollektive Identitäten. Man weiß etwa, dass die EU nicht nur an ihrem Demokratiedefizit scheitert oder daran, dass es keine europäische Öffentlichkeit gibt, sondern ein Problem ist auch, dass sich so etwas wie eine europäische Identität nicht entwickelt. Selbst solche großen, abstrakten Machtgebilde haben also Identitätsprobleme (vielleicht sogar besonders die) und ganze Heerscharen von Psychiatern oder Beratern leben davon, dass alle unter einer Identitätskrise leiden. Also ist dies eine wichtige Frage: Was sind museale Identitäten?

Eine dritte Überlegung betrifft die (offenbar fehlenden) Jugendlichen.

Was haben Jugendliche vom Museum? Das ist der Untertitel meines Vortrages. Man kann fragen: a) Was haben sie real davon? Das ist eine rein empirische Fragestellung. Wir haben Bernd Lindner hier, der die gründlichsten Untersuchungen über die Wirksamkeit von Museumsbesuchen (noch in der damaligen DDR) durchgeführt hat und der ein erfahrener Fachmann für die Frage ist, was im Kopf der Menschen geschieht, wenn sie lange und oft genug ins Museum gehen. Man könnte etwa im Falle von Kunstmuseen sehen lernen. Die zweite Frage ist eine normative: Was sollen Jugendliche vom Museum haben? Was hätten wir denn gerne, was sie vom Museum mitnehmen sollten? Das ist eine Frage der Bildungsziele, also keine empirische, sondern eine Frage des normativen Diskurses. Dabei ist es an den Pädagogen, an den Museumsfachleuten, diese Ziele gut zu begründen. Ein dritter interessanter Aspekt ist: Was *können* sie überhaupt lernen? Museen sind ja quasi in Stein gehauene Kulturdenkmäler, sie sind gestaltete Dinge, die wiederum gestaltete Dinge enthalten. Sie haben zudem bestimmte Strukturen, in denen man sich bewegt. Dann kann es durchaus vorkommen, dass sich die formulierten Bildungsziele mit den realen Bildungsmöglichkeiten nicht vertragen. Das ist ebenfalls eine empirische Frage, die allerdings nicht mit der Betrachtung der Jugendlichen im Museum, sondern mit den Nutzungsmöglichkeiten der Häuser zusammenhängt. Es geht hierbei um die Bildungswirkung eines gestalteten (gegenständlichen, sozialen und symbolischen) Raumes.

2. Die befragte Jugend

Jugend ist offenbar ein unglaublich spannendes Forschungsobjekt für die unterschiedlichsten Forschungsansätze, aber auch mit den unterschiedlichsten Interessen,

die hinter dieser Neugierde stehen. Vielleicht nur ein einziger Hinweis hierzu: Jugendforschung war in den letzten 20 Jahren vor allem Jugend*kultur*forschung. Dies verdanken wir vor allem einer der Shell-Studien aus den frühen 80er Jahren, die mit dem Namen Jürgen Zinnecker in Verbindung steht, der gesagt hat: Wenn man Jugend untersucht, besonders wenn Soziologen auf Jugend zugehen, dann müsse man besonders deren kulturelle und ästhetische Praxen betrachten, sonst erfahren wir zu wenig. Man muss sich dann aber fragen, wie objektiv solch eine von einem marktorientierten Unternehmen (Shell) durchgeführte Untersuchung sein kann. Man muss sich fragen, in welchem Zusammenhang Auftraggeber und Resultat stehen und welchen Einfluss diese Beziehung auf die Objektivität der Studie hat. Die Shell-Studien der Jahre 1981 und später 1985 waren Meilensteine dafür, dass Jugendforschung als Jugendkulturforschung betrieben wurde. Das wurde unterstützt durch einen cultural turn in der Soziologie, in dessen Zuge man den Begriff des Lebensstiles neu entdeckte. Und dieser „Lebensstil" war ausdrücklich ästhetisch-kulturell geformt.

Man kann dann unterschiedliche Strömungen und Typen in der Jugendforschung unterscheiden. Dabei lohnt es sich, auf die oben gestellte Frage nach dem Forschungsinteresse zurückzukommen.

Es gibt zum einen die Jugendkonsumforschung. Kinder und Jugendliche verfügen über eine Menge Geld. Darüber hinaus sind sie in den meisten Familien an wichtigen Konsumentscheidungen beteiligt. Das heißt, Kinder und Jugendliche beeinflussen indirekt das Konsumverhalten der gesamten Familie, welche wiederum ein sehr interessanter Markt ist. Deshalb ist die Erforschung der Präferenzen von Jugendlichen besonders für die Wirtschaft interessant. Das Problem ist, dass die Ergebnisse der Jugendkonsumforschung im Interesse der Wirtschaft eher geheim gehalten werden. Warum? Die Information über die Produktpräferenzen von Jugendlichen ist bares Geld wert – deshalb wird nur ein Teil davon öffentlich zugänglich gemacht, es ist reines Marketingwissen.

Zweitens gibt es die akademische Jugendforschung. Die Jugend ist für die Wissenschaft, besonders für die Pädagogik, eine wichtige Bezugsgröße. Man muss aber sehen, dass auch die Wissenschaft nicht wertfrei ist und nur das Beste im Menschen will, sondern es gibt auch in der Wissenschaft einen Markt. So gibt es unterschiedliche, miteinander konkurrierende Strömungen, etwa die langanhaltende Konkurrenz zwischen quantitativer und qualitativer Jugendforschung. Gemeint sind Streitigkeiten auf der akademischen Ebene, wo es um Forschungsausrichtungen geht. Denn dahinter steht ja nicht nur das Bestreben um das Wahre, Schöne und Gute, sondern es steckt auch eine Konkurrenz um Stellen, zum Beispiel um Professorenstellen dahinter.

Dann gibt es eine staatliche bzw. staatlich beauftragte Jugendforschung, die maßgeschneidert sein soll für die Jugendpolitik. Damit meine ich auf Bundesebene vor allem die Jugendberichte des Bundes. Jugendberichte werden von unabhängigen Wissenschaftlern und zum Teil von Menschen aus der Praxis unter Beteiligung des Deutschen Jugendinstituts erstellt – mit der Ausrichtung, eine Beratungsleistung für die Gestaltung der öffentlichen Jugendpolitik zu geben.

Das jüngste Pflänzchen in der Jugendforschung ist das Jugendkulturbarometer des Zentrums für Kulturforschung, welches aus einer primär kulturpolitischen Interessenlage kommt. Dort sind die Interessen, die reale Nutzung und die Präferenzen der Jugendlichen dargestellt. Museen schneiden hierbei recht gut ab. Man kann zudem Aufschluss über die Rolle der Eltern und der Schule gewinnen, was Kulturkontakte betrifft. Dies ist besonders für die Museumspädagogik und die auf der Tagung besprochenen Themen eine sehr interessante Erkenntnisquelle, die zudem eine hohe politische Relevanz hat.

In der Kulturpolitik besteht nämlich das Problem, dass die Kultureinrichtungen zu lange ihr Publikum vernachlässigt haben. Insbesondere in den neunziger Jahren gab es einen Trend, dass die Kunst das primäre Interesse von Kultureinrichtungen sei, so dass man das Publikum ein wenig aus dem Blick verloren hat. In diesem Zusammenhang sind heute solche Studiengänge wie Kulturmarketing auch kulturpolitisch wichtig. Denn Kultureinrichtungen, die nur zu einem Drittel gefüllt sind, verlieren irgendwann ihre Legitimität für den Erhalt öffentlicher Zuwendungen. Der letzte große Bundeskongress der Kulturpolitischen Gesellschaft hatte daher dieses Thema: Kulturpublikum. Neben der vernachlässigten Jugend gibt es das Problem, dass auch die Senioren unzufrieden sind. Denn diese fühlen sich sehr schlecht von unseren Kultureinrichtungen bedient, so dass man fragen kann: Wen bedienen diese denn eigentlich? Auch die älteren Menschen wollen ernst genommen und nicht nur in unattraktive Rentnerprogramme gepresst werden. Das heißt, nachdem wir uns auf die Zielgruppe Jugend eingestellt haben, stehen wir nun der nächsten Konkurrenz-

gruppe gegenüber, da jetzt vielleicht alle Fördergelder für die Senioren umgewidmet werden – Stichwort: demographischer Wandel und Überalterung der Gesellschaft. Der erste Schritt hierbei ist, dass Jugendministerien auf Landesebene abgeschafft werden und man „Generationenministerien“ einrichtet. Dies ist eine aktuelle jugendpolitische „Baustelle“, wichtig vor allem für kulturelle Träger, die über die Jugendpolitik gefördert werden.

Bemerkenswert ist übrigens eine Tendenz speziell der öffentlich geförderten Jugendforschung (das mag bei der Jugend*kultur*forschung anders sein). In Studien der Jugendforschung, die vom Staat bezahlt und von unabhängigen Kommissionen erstellt werden, wird nämlich das „Prinzip des Misstrauens“ sichtbar: Man will nicht nur wissen, was die Jugend so macht, so dass man sich darüber freut, wie kreativ sie ist. Vielmehr steht hinter den Berichten oft der Gedanke: Werden die Jugendlichen denn später so arbeiten, dass unsere Renten sicher sind?

D.h. sowohl in den Medien – Stichwort „Skandaljugend“ oder „defizitäre Jugend“ – als auch in den Jugendberichten wird die Jugend äußerst misstrauisch betrachtet. Man muss sich daher stets fragen: Was ist eigentlich das primäre Motiv für das plötzliche Interesse dieser Einrichtung oder dieser Person an der Jugend?

Ein wichtiges Fazit dieses Überblickes ist: „Die Jugend“ als solche gibt es nicht. Es gibt vielmehr eine Vielzahl jugendlicher Kulturen. Diese Vielzahl ist dabei insofern problematisch, als man stark differenzieren muss, da nicht alles neue Kulturen sind, die in den Neuauflagen von Büchern dazu gekommen sind. Diese größer werdende Vielzahl der Jugendkulturen ist nämlich auch eng mit den Forschungsrichtungen/-ansätzen und -ausrichtungen verknüpft, ist also oft eine von dem spezifischen Forschungsansatz produzierte Vielfalt.

Ein gemeinsamer Fokus der Jugendforschung bietet sich besonders für unsere Perspektive an. Nämlich: Die „Kultur des Aufwachsens“ (dies ist ein Stichwort aus dem vorvorletzten Kinder- und Jugendbericht des Bundes). Es geht hierbei um die unterschiedlichen Rahmenbedingungen des Aufwachsens und deren Einfluss auf den Bildungsabschluss. Es hat dabei die neueste PISA-Studie gezeigt, dass es seit der ersten Studie nicht besser, sondern eher schlechter geworden ist, dass nämlich in Deutschland wie in keinem anderen Land der Welt das soziale Milieu entscheidend für den Schulabschluss ist.

Ein weiteres Stichwort ist: Öffentliche Verantwortung für die Rahmenbedingungen einer Kultur des Aufwachsens. Es ist nicht allein in der Verantwortung der Eltern, ob ihre Kinder Lebenschancen bekommen, sondern es liegt auch in der Verantwortung der öffentlichen Hand. Diese These wurde im letzten Jugendbericht ausführlich belegt und dargestellt: Bildung ist ganz entschieden eine Ressource, welche die Jugendlichen – und wir alle – brauchen, um das Leben vernünftig bewältigen zu können.

Der eigentliche Skandal der PISA-Studie liegt nämlich nicht in der schlechten Platzierung Deutschlands, sondern bei dem auch von der PISA-Kommission erkannten Problem der engen Verbindung von Bildungschancen mit dem sozialem Milieu bzw. der Stellung der Familie auf der sozialökonomischen Hierarchieleiter. Ein zweiter Skandal ist die festgestellte „strukturelle Demütigung“ in der Schule durch die frühe Selektion und das Vorenthalten gleicher Chancen. Die Schule ist ein Ort, an welchem unsere Kinder mit bzw. durch Struktur gedemütigt werden. Die Frage ist, ob wir wirklich unsere Kinder in solche Einrichtungen schicken wollen. Das Bundesjugendkuratorium, das oberste jugendpolitische Beratungsgremium der Bundesregierung, bezeichnet dies als *„Zukunftsdiebstahl“* und spricht von dem *„irrationalen Umgang der Gesellschaft mit der Jugend“.*

3. PISA und die Folgen

Auch die außerschulische Pädagogik muss sich intensiv mit PISA auseinandersetzen. Dabei geht es weniger um das Ranking, sondern vielmehr um den politischen Umgang mit dieser Bildungs-Evaluation. Eine wichtige Rolle spielt dabei das Bildungsverständnis von PISA. Das betrifft zunächst die Konzentration auf die drei PISA-Fächer (Mathematik, Naturwissenschaften, Landessprache). Es ist dabei einsichtig, dass man sich auf solche Fächer konzentrierte, bei denen man schon viele Forschungserfahrungen hatte. Aber daraus wurde in der bildungspolitischen Diskussion in Deutschland die Behauptung, das jahrhundertealte Problem des Kanons sei nun gelöst. Darunter leiden heute alle Nicht-PISA-Fächer, also sowohl die künstlerischen Fächer in der Schule als auch der Sportunterricht, weil sich sämtliche Ressourcen im Bildungsbereich nunmehr auf die drei im Test relevanten Fächer konzentrieren. PISA hat zudem insofern einen enormen Einfluss auf die Bildungspolitik, als der Fokus nicht auf der Vermittlung so genannter „life

skills“ gelegt wird, sondern man sich im Unterricht auf ein besseres Abschneiden im nächsten Test konzentriert („teaching for testing“). Dies lässt sich bis in die Veränderung der Curricula in den einzelnen Fächern belegen. Es gibt zunehmend einen katastrophalen Fetisch der Messbarkeit, d.h. eine ausschließliche Orientierung an quantitativ Fassbarem. Anspruchsvolle Flächenuntersuchungen von einem Umfang wie PISA (mit rund 60.000 teilnehmenden Schülerinnen und Schülern) lassen sich sicherlich nur in dieser Form erfassen. Aber die Grenzen dessen, was man damit erfasst, erkennt man, wenn man sich überlegt, wie künstlerisch-kreative Lernprozesse in Zahlen gefasst werden sollten. Es geht dabei nicht darum, die Bedeutung von Mathematik in Frage zu stellen. Nur darf dabei das Ganzheitliche – das Emotionale, das Soziale, all das, was Bildung ausmacht – nicht aus den Augen verloren werden, nur weil es sich sehr begrenzt – oder vielleicht gar nicht – quantitativ messen lässt.

Seit der Pisa-Studie gibt es also einen Kult des Quantitativen. Wenn man sich die Schulen einmal anschaut, sieht man, welche Aufgaben zusätzlich die Zeit der Lehrerinnen und Lehrer in Anspruch nehmen: Jahrgangsvergleichstests, Lehrstandserhebungen etc. Ein schönes Beispiel für das typisch deutsche Vorgehen sind die Bildungsstandards. Das Problem in Deutschland ist, dass nicht nur das Ergebnis des Lernens, sondern auch der Weg dorthin festgelegt wird. Dies ist das glatte Gegenteil dessen, was die erfolgreichen skandinavischen Länder praktizieren. Es gibt hierzulande noch nicht einmal eine Vision, den Weg für die Schulen freizugeben. Vielmehr hat der Staat die Schulen fest in der Hand und nimmt ihnen dadurch jede Handlungsfreiheit. Die teutonische Regelungswut betrifft besonders die Schule als hoheitliche Einrichtung. In Skandinavien gelang es erst in dem Moment, erfolgreiche Schulen zu entwickeln, als der Staat seine Regelungswut zurücknahm, nur noch die Ziele vorgab und die nötigen Ressourcen bereit stellte, den Weg zu deren Verwirklichung jedoch den Schulen überließ.

Genau in dieser schwierigen bildungspolitischen Atmosphäre entstand die Idee der Ganztagsschule.

4. Die Ganztagsschule als Chance

Museen haben ausgesprochen gute Karten, in diesem Zusammenhang als ebenbürtige Kooperationspartner der Schule akzeptiert zu werden, während alle anderen Anbieter kulturpädagogischer Bildungsmaßnahmen erhebliche Schwierigkeiten haben, von der Schule als Partner ernst genommen zu werden. Man stelle sich nur einmal ein Spielmobil oder eine freie Theatergruppe vor gegenüber dem „Moloch Schule“. Wer hat hier die Macht, wer hat das Geld, wer ist in der günstigeren Verhandlungsposition? Museen dagegen gehören als etablierte zu den anerkanntesten Feldern im Bereich der Kinder- und Jugend-Kulturarbeit, die auch von den Schulen auf Grund vergangener Zusammenarbeit als zuverlässige Partner anerkannt sind. Sie sind etablierte Bildungsorte mit einer auch von den Schulen anerkannten pädagogischen Profession, der Museumspädagogik. D.h. die Museen haben unter all den Angeboten im Bereich der Kulturarbeit die besten Ausgangspositionen, auch wenn natürlich auch sie die immer geringer werdenden Zuschüsse für ihre Arbeit zu spüren bekommen.

Wichtig ist jedoch bei der Frage nach neuen Kooperationsmöglichkeiten, dass die Museen finanziell nicht von der Schule abhängig sind. Es wird nämlich auch dann noch Museen geben, wenn die Zusammenarbeit mit den Schulen scheitert – in anderen Feldern der Jugendkulturarbeit ist dies nicht so sicher.

Die Ganztagsschule ist auch für die Museen eine Chance, an mehr Jugendliche heranzukommen. Allerdings: Es kommen zwar alle, größtenteils jedoch unter einem gewissen Zwang.

5. Zum Begriff der Identität

„Identität“ ist ein Begriff, der sich soziologisch, aber auch psychologisch, pädagogisch oder politisch verwenden lässt. Gerade in der Auseinandersetzung mit dem Identitätsbegriff gibt es jedoch einige Fallstricke. Zunächst einmal ist festzuhalten: Im Museum werden durch die Objekte und Artefakte letztlich auch Identitäten ausgestellt, also Arten und Weisen, wie Menschen mit ihrer Welt zurecht gekommen sind. Jedes Museum legt Zeugnis ab von Möglichkeiten der Lebensgestaltung. Dies ist kulturpolitisch sehr wichtig: Kennenzulernen, dass es auch andere Identitäten und Lebensweisen gibt als die eigene oder die des eigenen Umfelds, und dass es zu anderen Zeiten und Orten ganz andere Zugänge zur Welt gegeben hat. Das Stichwort ist „kulturelle Vielfalt“. Hierzu hat die UNESCO vor kurzem eine Konvention verabschiedet, ein wichtiges völkerrechtliches Instrument zum Schutz der kulturellen Vielfalt. In diesen Kontext der kulturellen

Vielfalt lässt sich also Museumsarbeit legitimatorisch hervorragend einbringen, wenn nämlich Museen in dem, was sie machen, aufzeigen, welche unterschiedlichen Formen von Menschsein entwickelt worden sind. Herder war der erste, der einen pluralen Kulturbegriff eingeführt hat. Er hat nämlich nachdrücklich dafür gekämpft, dass man auch auf nicht-europäische Weise menschlich leben kann. Betrachtet man etwa den Umgang mit Migranten oder deren Nachfahren, so wird deutlich, dass alleine das Aufzeigen von Vielfalt, von Entwicklungsmöglichkeiten und gegenseitiger Beeinflussung eine große Kultur- und Zivilisationsleistung ist und die Museen hieraus eine wichtige Legitimation erhalten.

Man hat gerade bei dem Identitätsbegriff viele Anstrengungen gemacht, um herauszubekommen, was das überhaupt ist. Zwischenzeitlich gab es im Zuge der Postmoderne eine Tendenz, völlig auf den Identitätsbegriff zu verzichten. Denn durch ihn würden Menschen festgelegt auf etwa Stabiles, das eigentlich gar nicht existiert. Prominent ist ein Identitätsbegriff, der auf Erik Eriksson zurückgeht. Dieser hatte eine eher lineare Vorstellung: Identität ist etwas, von dem man genau angeben kann, was es ist und was andere teilen und in welches sich der junge Mensch nur noch hinein entwickeln muss. Dann hat er es und kann es quasi wie einen Koffer wegschleppen.

Heiner Keupp – ein in diesem Zusammenhang bedeutender Sozialpsychologe – hat eine Alternative dazu entwickelt: Man habe immer schon unterschiedliche Identitäten in sich, und wir alle können mit dieser Pluralität auch umgehen. Diese Identitäten sind zudem in ständiger Bewegung. Aber es braucht in der Tat eine gewisse Arbeit, diesen relativ stabilen Kern unseres Seins entwickeln zu helfen. Keupp spricht deshalb von „Identitätsarbeit“ und „Identitätskonstruktion“. D.h. Identität ist nichts „Containermäßiges“ (Ulrich Beck), also nichts fest Abgrenzbares, sondern etwas, das einem ständigen Entwicklungsprozess unterworfen ist, das viel Arbeit erfordert, um sich selber in den unterschiedlichen Kontexten immer wieder neu definieren und verstehen zu können. Hierfür braucht man Hilfe. Eine Hilfe besteht darin, Vergleiche vorgestellt zu bekommen, sozusagen als Beispiele von Identitäten, anhand derer die eigene Identität reflektiert werden kann. In diesem Sinne kann das Museum einen großen Beitrag für diese Identitätsarbeit oder -konstruktion (im Sinne von Heiner Keupp) leisten, was nicht zuletzt auch eine weitere wichtige Legitimation des pädagogischen und kulturellen Auftrags des Museums darstellt.

Museen stehen an der Nahtstelle zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft, wodurch sich wiederum ein neues Problem ergibt. Denn es ist ja zunächst einmal nicht das Vergangene selbst, das gezeigt wird, sondern ein bestimmtes konstruiertes Bild dieses Vergangenen. Man wünscht sich dabei eine Durchsetzung des eigenen Verständnisses von Leben, Welt, Gesellschaft und Geschichte. Es gibt daher eine heftige Kritik an den Museen. Man sieht sich dem Argument gegenüber, das Georg Simmel als „die Tragödie der Kultur“ bezeichnet hat. Die Tragödie besteht darin, dass es so viele, zu viele Ablagerungen in unserer Kultur gebe. Alles, was uns umgibt, haben Generationen von Menschen angehäuft. Wie sollen nun wir bei all der Pflege dieses Kulturerbes überhaupt noch Platz für eigene, freie Entscheidungen und Produktionen finden oder entwickeln können? Pierre Bourdieu spricht etwa davon, dass das Tote das Lebendige erschlägt. Dies muss man also auch bedenken: Gibt es nicht vielleicht auch Kulturen, die es verdient haben zu verschwinden? Wir haben etwa 10.000 Kulturen auf der Welt. Kann man oder soll man jede Kultur musealisiert aufrechterhalten, kann man das von den Ressourcen her, soll man dies von dem humanistischen Gehalt der Kulturen her schaffen? Es gibt in der Kulturpolitik daher einen Widerstreit zwischen den beiden Prinzipien: der Erhaltung des Kulturerbes einerseits und der Ermöglichung neuer Kulturschöpfungen andererseits. Man kann denselben Euro eben nur einmal ausgeben, und genau von dieser politischen Entscheidung zwischen diesen zwei Prinzipien ist das Museum und somit auch die Museumspädagogik abhängig.

Es gibt allerdings noch ein anderes, systematisches Problem. Früher dachte man im Sinne des Identitätskonzept von Erikson: So wie ich meine Jugend verbringe, so bin ich auch als Erwachsener, habe ich also eine glückliche Jugend, so bin ich später ein glücklicher Erwachsener. D.h. die Vergangenheit bestimmt, wie ich mich in der Gegenwart fühle. Man weiß inzwischen, dass dies bestenfalls die halbe Wahrheit ist. Wichtig für das Lebensgefühl der Menschen, für Jugendliche und Erwachsene, ist die Zukunfts-Perspektive, die sie empfinden. D.h. man definiert die Empfindung der aktuellen Lebensqualität sehr stark über die Perspektive, wie man das eigene Leben in

Zukunft entfalten oder eben nicht entfalten kann. Und Sie merken schon: Entweder erfinden Sie jetzt ein Museum der Zukunft oder sie haben systematisch ein Problem als Sachverwalter der Vergangenheit.

6. Zusammenfassung in Thesen

1. Die Museen haben als etablierte, angesehene Institutionen gute Karten, gerade im Rahmen der Diskussion um Ganztagsschulen.
2. Museen haben allerdings denselben Legitimationsdruck wie alle Kultureinrichtungen und müssen ihre gesellschaftliche Funktion immer wieder definieren. Hierbei könnte der Begriff der „Identität“ ein Anker sein.
3. Ich warne allerdings vor „Containerbegriffen“, sowohl was den Geschichts-, als auch was den Identitätsbegriff angeht. Diese sind Konstruktionen, sind Erfindungen, und es gibt einen Streit um Deutungsansprüche und Weltverständnisse.
4. Daraus folgt für die Museen unmittelbar eine kultur- und bildungspolitische Relevanz: Anstatt der Monostruktur einer irgendwie festgelegten „Leitkultur“ zu folgen, sollte man den Umgang mit Vielfalt und mit Entwicklung in den Mittelpunkt stellen und damit Orientierungshilfe in einer komplexeren Welt geben.
5. Ganztagsschulen sind unvermeidbar. Sie können gelingen, wenn die Strukturbesonderheiten von Schulen berücksichtigt werden. Die Museen können ihre eigenen Strukturbesonderheiten partnerschaftlich mit einbringen.
6. Damit stellen sich zwei Aufgaben: Der Umgang mit Jugendlichen im Kontext von Schule, die nicht freiwillig das Museum besuchen, und das Finden eines Zugangs zu Jugendlichen außerhalb der Schule, die bislang nicht zum Museumspublikum zählten.
7. Was die theoretischen, konzeptionellen und praktischen Entwicklungen betrifft, möchte ich auf die Homepage eines Projektes der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- Jugendbildung (BKJ) mit dem Titel „Kultur macht Schule“ verweisen.

Prof. Dr. Max Fuchs
Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung
Küppelstein 34
42857 Remscheid
fuchs@akademieremscheid.de

Anzeige

Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel

QuAM 2007 - das Projekt zur Qualifizierung von Mitarbeitern in kommunikativen Arbeitsfeldern der Museen. Ein Kooperationsprojekt mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V.

Wir bieten Ihnen zum **Themenschwerpunkt: Kompetenz für Kommunikation: Auftritt – Stil – Persönlichkeit**

vier Zertifikatskurse an. Die Reihe hat in diesem Jahr zum Ziel, Ihre fachliche Kompetenzen durch persönliche Sicherheit und Souveränität im öffentlichen Auftreten zu unterstützen und zu stärken.

Die QuAM-Seminare sind grundsätzlich für alle MitarbeiterInnen von Museen und deren angrenzende Bereiche offen. Sie erhalten das QuAM-Zertifikat, wenn Sie mindestens drei der vier Seminare belegt haben und aktiv an dem abschließenden Kolloquium im Frühjahr 2008 teilgenommen haben.

Begegnung mit der Öffentlichkeit: Umgang mit schwierigen Situationen und Konflikten im Museumsalltag vom 27. – 29. März 2007

Professionelles Redenschreiben - für sich und Andere Grundlagen, Formen und Methoden angewandter Rhetorik für Kulturwissenschaftler vom 6. – 8. Mai 2007

Mit leichter Zunge: Lebendiges Sprechen in Führung und Vortrag. Trainingsseminar zu den Grundlagen professioneller Redeformen vom 23. – 25. September 2007

Professionelle Gesprächsführung. Grundlagen zur Moderation von Diskussionsrunden und öffentlichen Podien vom 8. – 10. November 2007

QuAM-Abschlusskolloquium. Reflexionen und Präsentationen zum Schwerpunktthema 2007 im Januar 2008

Einzelheiten zu den Seminaren bekommen Sie hier:
Bundesakademie · Sabine Oehlmann · Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel · Tel: 05331. 808-415
www.bundesakademie.de · post@bundesakademie.de

Jugend in Ostdeutschland

Ergebnisse der Jugendforschung zur Situation und zu den Problemen Jugendlicher

Nicolle Pfaff

Nicolle Pfaff

Die Jugend in Ostdeutschland ist auch noch 15 Jahre nach der Wiedervereinigung ein populärer Forschungsgegenstand der Jugendforschung. Unmittelbar nach den gesellschaftlichen Umbrüchen in der DDR standen Jugendliche als Indikator für Differenzen zwischen der Bevölkerung in beiden Landesteilen und als Gradmesser für den Vereinigungsprozess Deutschlands im Blickpunkt des Interesses. Dabei wurden zunächst, bezogen auf die Freizeitpräferenzen und jugendkulturellen Orientierungen, überraschende Ähnlichkeiten zwischen der Jugend in den neuen und alten Bundesländern festgestellt. Weitere Studien beobachteten später jedoch gerade auf der Ebene der konkreten Lebensbedingungen, wie z.B. Disparitäten im Einkommensniveau und die prekäre Beschäftigungslage, aber auch im Bereich des Zusammenlebens von Eltern und Kindern zum Teil deutliche Differenzen zwischen Jugendlichen in beiden Teilen Deutschlands [1]. Inzwischen dominieren andere Themen die deutsch-deutsch vergleichende Jugendforschung – Jugendarbeitslosigkeit, Politikverdrossenheit und Rechtsextremismus waren in den letzten Jahren die Problemfelder, die gerade in der Erziehungswissenschaft,

bezogen auf die Jugend in Ostdeutschland, besonders intensiv diskutiert wurden.

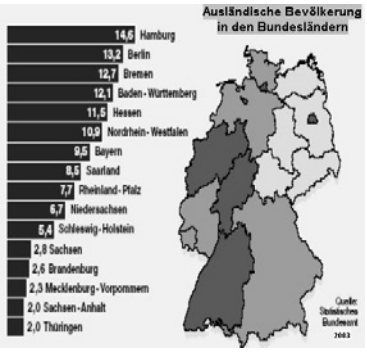
Will sich die Museumspädagogik dieser besonderen Zielgruppe gegenüber offen halten, wird sie sich mit diesen Zuschreibungen an Jugendliche in den neuen Bundesländern auseinandersetzen müssen. Sie wird die Differenzen in der sozialen Zusammensetzung der Gesellschaft zwischen Ost und West und die damit verbundene Sonderstellung der Jugend Ost in der Gesellschaft der Bundesrepublik sowie die Unterschiede in den sozioökonomischen und beruflichen Bedingungen aufgreifen und berücksichtigen müssen und kann dabei unter anderem an die besonderen jugendkulturellen und politischen Einstellungen der Jugendlichen anknüpfen. Diese drei aktuellen Spezifika der ostdeutschen Jugend sollen im Folgenden näher beschrieben werden.

Die Jugend Ost hat in der Gesellschaft eine soziodemographische Sonderstellung inne

Bezogen auf die Zusammensetzung der Bevölkerung zeichnet sich die Altersgruppe der Jugendlichen in den neuen Bundesländern gegenüber der Jugend im Westen der Republik durch zwei Besonderheiten aus: einerseits durch eine stetige starke Reduktion ihrer Zahl im Verhältnis zu anderen Altersgruppen und andererseits durch einen äußerst geringen Migrantenanteil.

Als allgemeiner Trend der Verschiebung der Alterspyramide zuungunsten der Jüngeren für die gesamte industrialisierte Welt ist bekannt, dass der Anteil der unter 20-Jährigen von einem Drittel 1950 auf ein Fünftel im Jahr 2000 sank. Bevölkerungsprognosen rechnen bis 2050 mit einem Absinken der Zahl der unter 20-Jährigen auf etwa 15%, die Zahl der Menschen im Haupterwerbsalter (zwischen 20 und 60) sinkt auf 50%, die Zahl der über 60-Jährigen wird dagegen auf über ein Drittel ansteigen.

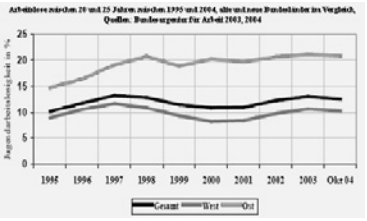
Dabei wird die Verschiebung der Altersstruktur in Ost- und Westdeutschland verschieden sein: Die Zahl der Jugendlichen wird in den neuen Bundesländern wegen geringerer Geburtenraten dort, und insbesondere aufgrund der Arbeitsmigration junger Menschen aus den neuen in die alten Länder, in Ostdeutschland weit drastischer sinken als in Westdeutschland – insbesondere in ländlichen Gebieten [2]. Die schwindende Zielgruppe der Jugend in Ostdeutschland wird aufgrund dieser Entwicklung auch mit einer Ausdünnung pädagogischer Angebote zu rechnen haben. Öffentliche Institutionen, wie



z.B. Vereine oder Museen können hier tätig werden und alternative Freizeiträume und -aktivitäten anbieten.

Unter soziodemographischen Gesichtspunkten auffällig ist außerdem der geringere Migrantenanteil in den neuen Bundesländern, der sich noch weiter verringern wird, da Einwanderer durchschnittlich mehr Kinder bekommen als Menschen ohne Migrationshintergrund. Wie die Grafik zeigt, leben in den alten Bundesländern im Durchschnitt fünfmal so viele Migranten wie in den neuen Ländern. Insbesondere in den ländlichen Regionen nimmt hier der Einwandererstrom nicht zu [3]. Da die Einwanderer im Durchschnitt deutlich jünger sind als das Altersmittel der hier lebenden Menschen, trägt auch dies zur schnellen Alterung der Bevölkerung in Ostdeutschland bei. Bezogen auf das vieldiskutierte Problem der hohen Fremdenfeindlichkeit in der Jugend in den neuen Bundesländern bedeutet dies, dass Aufklärung und Vergewisserung auch zukünftig in erster Linie durch Pädagogen in unterschiedlichen Arbeitsfeldern geleistet werden muss, statt dass Gemeinsamkeiten im täglichen Zusammenleben entdeckt werden können.

Die Jugend im Osten hat schlechtere wirtschaftliche Bedingungen und geringere Bildungschancen



Global betrachtet ist die Jugendarbeitslosigkeit in Deutschland mit unter 15% im europäischen Vergleich noch sehr gering (z.B. Italien: 27%, Frankreich: 20%). Sie ist jedoch wie die Arbeitslosigkeit insgesamt in den neuen Bundesländern deutlich höher als in den alten (im Westen bei 10% und im Osten bei 20%). Ein ähnliches Bild zeigt sich für Jugendliche ohne Ausbildungsplatz. In Ostdeutschland werden 70% aller Azubis in überbetrieblichen Ausbildungen ausgebildet, massiv sind vor allem die

Unterschiede im Angebot an Ausbildungsplätzen: 2002 standen je 100 Bewerber in den neuen Ländern 55 und den alten Ländern 97 Ausbildungsstellen zur Verfügung. Vor dem Hintergrund dieser Differenzen erscheint die oft bestätigte höhere Mobilitätsbereitschaft ostdeutscher Arbeitnehmer und dabei insbesondere Jugendlicher wohl eher als Notwendigkeit denn als freie Entscheidung [4]. Der Hauptgrund für die starke Abwanderung junger Menschen aus dem Osten liegt in ihren geringen beruflichen Chancen in ihren Heimatregionen. Dabei sind jene mit niedrigen Bildungsabschlüssen und diejenigen ohne Berufsausbildung besonders gefährdet.

Dass die Bildungsbeteiligung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland deutlich niedriger ist als in vergleichbaren Industrienationen ist aus der PISA-Studie ebenso bekannt wie die Tatsache, dass der Zugang zu Bildung hierzulande in hohem Maße abhängig ist von der ethnischen und sozialen Herkunft ebenso wie davon, in welchem Bundesland man lebt. Dabei gilt, dass Jugendliche in den neuen Bundesländern etwas seltener das Abitur machen als in den alten Ländern (der Anteil der Abiturienten an den Schulabgängern 2002 in Nordrhein-Westfalen war mit fast 50% am höchsten und in Mecklenburg Vorpommern mit knapp 30% am niedrigsten). Auch die Zahl der Studierenden ist in Deutschland insgesamt niedriger als im OECD-Durchschnitt. Ebenso ist die Bildungsbeteiligung an Hochschulen in den neuen Ländern insgesamt niedriger als in den alten. (neue Länder: 25% eines Jahrgangs, alte Länder: 33%) [5].

Für die Museumspädagogik in den neuen Bundesländern stellen diese Befunde einerseits eine Beschränkung und andererseits eine Herausforderung dar. Auf der einen Seite macht die schlechtere sozioökonomische Situation in Ostdeutschland eine Konzentration auf wenig kostspielige Angebote notwendig. Auf der anderen Seite werden vor allem Bildungsangebote in Eigenregie von Kultureinrichtungen und Museen benötigt, aber auch in der Kooperation mit Schulen und Institutionen der außerschulischen Bildung und der Jugendarbeit.

Ähnliche Freizeitinteressen und Freundschaftsbeziehungen ost- und westdeutscher Jugendlicher

So groß die Unterschiede in der Sozialstruktur und in den sozioökonomischen Bedingungen des Aufwachsens zwischen Jugendlichen in den neuen und alten Bundesländern immer noch sind, im Hinblick auf die Freizeitpartner und -aktivitäten sind auch die wenigen Anfang der 1990er Jahre beobachtbaren Differenzen fast gänzlich verschwunden. Stellte die Shell-Jugendstudie 2002 bezogen auf die Einbindung von Jugendlichen in Cliquen zwischen Heranwachsenden in den alten und neuen Bundesländern noch fest, dass Jugendliche in Westdeutschland häufiger in Cliquen integriert waren als solche in Ostdeutschland, konnten wir in unserem Jugendsurvey in Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen vor wenigen Jahren diesbezüglich kaum noch Unterschiede messen [6].

Bezogen auf die Frage, wo Jugendliche ihre Freizeit verbringen, zeigen einschlägige Untersuchungen, dass für die meisten jüngeren Jugendlichen das eigene Zuhause den häufigsten Freizeitraum darstellt, gefolgt von öffentlichen Plätzen und kommerziellen Freizeitorten. Nur wenige Jugendliche nutzen nachmittags Jugendclubs oder andere institutionelle und pädagogische Freizeiträume. Auch diesbezüglich bestehen nur ganz leichte Differenzen zwischen Ost und West: So nutzen die in Sachsen-Anhalt befragten Jugendlichen im Durchschnitt seltener kommerzielle Freizeiträume, wie Cafes und Kneipen oder Discos, und halten sich auch etwas seltener in öffentlichen Räumen auf, wie beispielsweise in Einkaufszentren, auf der Straße, in Parks oder auf öffentlichen Plätzen.

Am deutlichsten ausgeprägt ist der Unterschied zwischen Jugendlichen in beiden Teilen Deutschlands dagegen bezogen auf die Nutzung von Verbänden und Vereinen. So sind in den alten Bundesländern etwa drei von vier Jugendlichen in mindestens einem Verein aktiv, in Ostdeutschland nur knapp jeder Zweite. (Das betrifft vor allem Sport- und Kulturvereine und interessanterweise nicht kirchliche Kontexte). Insgesamt hat das Ehrenamtssurvey des Bundesfamilienministeriums entgegen aller öffentlicher Bilder vom mangelnden Engagement der Jugend gezeigt, dass die 14 bis 24-Jährigen in Deutschland gegenüber Erwachsenen und Älteren sowohl die aktiveren Vereinsnutzer als auch die engagierteren Mitarbeiter in Vereinen sind.

Auch in Bezug auf die Freizeitaktivitäten haben die Freunde bei Jugendlichen die Nase vorn. Fast 90% der unter 18-Jährigen treffen sich mehrmals pro Woche oder täglich mit Gleichaltrigen. Sport und „Relaxen“ gehören ebenfalls zu den meist praktizierten Aktivitäten. Nur je-

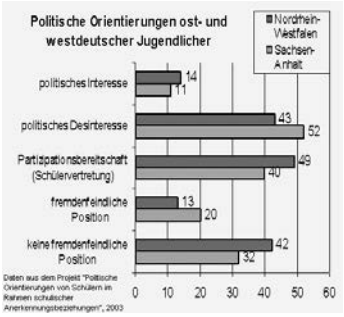
der dritte Jugendliche ist in seiner Freizeit kreativ tätig, macht also beispielsweise Musik, schreibt oder malt. Dabei gibt es nur wenige Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Auch Jugendliche in Ost- und Westdeutschland unterscheiden sich hinsichtlich ihrer regelmäßigen Aktivitäten kaum. Im Westen wird etwas intensiver Sport getrieben (64%) als im Osten (59%), der Einkaufsbummel ist für ostdeutsche Jugendliche interessanter (21%) als für westdeutsche (16%).

Weil sich in den letzten 50 Jahren die Medienlandschaft enorm vervielfältigt und ausdifferenziert hat, ist Jugendfreizeit heutzutage für die meisten Jugendlichen auch Medienfreizeit. Dabei ist der Fernseher für Jugendliche das wichtigste Medium (93% sehen mindestens mehrmals pro Woche fern, Jungen sehen durchschnittlich 9, Mädchen 5 Stunden pro Woche fern, 2/3 der Jugendlichen besitzen selbst ein Gerät). Fast genauso wichtig sind CDs und Schallplatten (92% hören mehrmals pro Woche Musik) , dicht gefolgt vom Radio (84% hören mehrmals pro Woche). Das viertwichtigste Medium ist seit wenigen Jahren der PC.

Generell gilt, dass die Freizeitaktivitäten Jugendlicher abhängig sind vom Bildungsniveau. Dabei sind bestimmte Aktivitäten typischer für Haupt- bzw. Realschüler (z.B. Sport, „draußen rumhängen“), andere eher typisch für Gymnasiasten (PC, hochkulturelle Aktivitäten, lernen). Für die Museumspädagogik heißt dies, dass sie differenzierte Angebote, die die Interessen der Jugendlichen aufgreifen, eher für Jugendliche mit unterschiedlichen Freizeitstilen anbieten muss und weniger für Jugendliche aus Ost- und Westdeutschland. Wären diese Veranstaltungen jedoch in erster Linie auf Gruppen mit unterschiedlichen Bildungsniveaus ausgerichtet als auf inhaltliche Interessen von Jugendlichen, so würde die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen in Museen bestehende soziale Ungleichheiten eher verstärken denn mildern. Gleichzeitig verschärfen jedoch die Befunde zur geringeren vereinsbezogenen Organisation der ostdeutschen Jugend die bereits getroffenen Aussagen zu einem strukturellen Mangel an institutionalisierten außerschulischen Bildungsangeboten in den neuen Bundesländern.

Jugendkulturelle und politische Orientierungen in beiden Landesteilen

Die politischen Orientierungen von Jugendlichen gehören in Deutschland seit zwei Jahrzehnten zu den



Standardthemen der Jugendforschung. Dass diese Forschung nötig ist, jedoch selbst keinen Beitrag zur politischen Bildung Jugendlicher leistet, zeigt ein Vergleich der Bedingungen der politischen Bildung und der Beteiligung Jugendlicher am politischen Leben in Deutschland mit der in anderen Ländern. Deutsche Jugendliche zeigen demnach ein unterdurchschnittliches politisches Engagement, sind weniger an Prozessen der schulischen Mitbestimmung interessiert und wirken auch seltener in politisch und sozial engagierten Gruppen außerhalb der Schule mit als Heranwachsende anderswo. Die so genannte Politikverdrossenheit ist dabei in den Neuen Bundesländern noch deutlich höher als in den Alten Ländern [7]. Bei den politischen Orientierungen von Jugendlichen zeigen sich im Bereich der Wertvorstellungen die größten Differenzen zwischen Ost und West.

Das betrifft zum einen das politische Interesse und die Partizipationsbereitschaft, die in unserer Untersuchung in Übereinstimmung mit anderen Studien in Nordrhein-Westfalen deutlich höher sind als in Sachsen-Anhalt. Wie bereits erwähnt zeigen Jugendliche in Ostdeutschland auch eine deutlich höhere Fremdenfeindlichkeit als westdeutsche Gleichaltrige, was wohl auch damit zusammenhängt, dass letztere in einer multikulturellen Gesellschaft leben. So maßen wir in unserem Jugendsurvey in Nordrhein-Westfalen an Schulen zum Teil einen Migrantenanteil von über 50%, in Sachsen-Anhalt fanden wir dagegen in ländlichen Regionen sogar Schulen ohne einen einzigen Schüler mit Migrationshintergrund [8].

Das schlägt sich zum anderen in den jugendkulturellen Orientierungen der Heranwachsenden nieder. Während populäre Musikstile wie Techno, Hip-Hop oder auch Pop in unseren Untersuchungen in beiden Landesteilen ähnliche Sympathien unter den Jugendlichen erhalten (diesbezüglich wurde übrigens bereits 1991 in einem der ersten deutsch-deutsch vergleichenden Jugendsurveys die so genannte Jugendkulturunion festgestellt), zeigen sich bei den, den Polen des politischen Spektrums zugeordneten, jugendkulturellen Protestszenen auffällige Differenzen. Unterschiede im Vorkommen

bestehen in Bezug auf protestbezogene Jugendszenen (Skins, Punks etc.). In der Jugendkulturlandschaft im Osten spielen Protestszenen eine größere Rolle als im Westen, sie scheinen ein Instrument der Gegenwelt zu den politischen Institutionen zu sein. Jugendliche in den neuen Bundesländern – so scheint es – führen Auseinandersetzungen um Grundprobleme unserer Gesellschaft eher innerhalb ihrer Altersgruppe mit den ästhetischen Mitteln jugendkultureller Stile.

Nicht zuletzt diese protestorientierte Ausrichtung der Jugendkulturlandschaft bietet der Museumspädagogik einen wichtigen inhaltlichen Anknüpfungspunkt. Denn die Identifikation mit den Extremen der politischen Lager und eigene Exklusionserfahrungen, z.B. auf dem Arbeitsmarkt, macht Jugendliche aufgeschlossen für die Beschäftigung mit historischen Bezügen wie auch mit aktuellen gesellschaftlichen Problemlagen.

Dr. Nicolle Pfaff
Martin-Luther-Universität Halle/Wittenberg
FB Erziehungswissenschaft I
Franckeplatz 1, Haus 3 I
06099 Halle
pfaff@paedagogik.uni-halle.de

[1] Für Hinweise auf die vollzogene „Jugendkulturunion“ vgl. Behnken u.a.: Schülerstudie 90. Opladen 1991, für Befunde zu Differenzen im Bezug auf Lebensstile und -bedingungen vgl. z.B. die Büchner/Fuhs/Krüger: Vom Teddybär zum ersten Kuss. Wege aus der Kindheit in Ost- und Westdeutschland. Opladen 1996, zu unterschiedlichen Wertorientierungen siehe Jugendwerk der Deutschen Shell: Jugend 1997. Opladen 1997.

[2] Vgl. z.B. den Bevölkerungsbericht des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahre 2003. (www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/Bevoelkerung_2050.pdf).

[3] Vgl. den Migrationsbericht der Bundesregierung aus dem Jahre 2005, (www.bundesregierung.de/Content/DE/Publikation/IB/Anlagen/migrationsbericht-2005,property=publicationFile.pdf).

[4] Vgl. z.B. Jugendwerk der Deutschen Shell: Jugend 2000. Opladen 2000; Friedel/Otto/Dalbert: Geografische und berufliche Mobilitätsbereitschaft Jugendlicher (http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2004/397/pdf/berichto5.pdf).

[5] Vgl. den Konsortium Bildungsberichterstattung: Bildung in Deutschland. 2006. (www.bildungsbericht.de/daten/gesamtbericht.pdf).

[6] Vgl. Helsper/Krüger/Fritzsche/Sandring/Wiezorek/Böhm-Kasper/Pfaff: Unpolitische Jugend? Eine Studie zum Verhältnis von Schule, Anerkennung und Politik. Wiesbaden 2006.

[7] Für den internationalen Vergleich siehe Österreich: Politische Bildung von 14-Jährigen in Deutschland. Studien aus dem Projekt Civic Education. Opladen 2002 und Torney-Purta/Lehmann/Oswald/Schulz: Citizenship and Education in Twenty-eight Countries. Civic Knowledge and Engagement at Age Fourteen. Amsterdam 2001; für den innerdeutschen Vergleich vgl. z.B. Pickel, G.: Jugend und Politikverdrossenheit. Zwei Kulturen im Deutschland nach der Vereinigung. Opladen 2002.

[8] Genaueres zur politischen Kraft von Jugendkulturen in Pfaff: Jugendkultur und Politisierung. Eine multimethodische Studie zur Entwicklung politischer Orientierungen im Jugendalter. Wiesbaden 2006.

Museum, ja – und?

Jugendliche Besucher und Museen in Ostdeutschland

Bernd Lindner

Über den Ansturm oder das Ausbleiben jugendlicher Besucher im Zusammenhang mit Computermessen, Games-Convention, Kinos, Sportveranstaltungen und Rockevents wird in den Medien viel berichtet. Über die jugendlichen Nutzer von Museen (nicht nur in den neuen Bundesländern) ist dagegen nur selten etwas zu erfahren. Sind sie als Besucher schon abgeschrieben? Wohl kaum, wenn man allein das Bemühen vieler engagierter Museumspädagogen um die Gewinnung junger Besucher für ihre Ausstellungshäuser und Sammlungen sieht. Auf welche soziologischen Daten können sie sich dabei in den neuen Bundesländern stützen?

Wurzeln

Museen und Ausstellungen waren auch in der DDR nicht der bevorzugte Freizeit-Ort Jugendlicher. Gleichwohl stellten Jugendliche in allen Museumstypen ein Viertel bis die Hälfte des Publikums. Besonders hoch war ihr Anteil – einer repräsentativen Besucherstudie vom Anfang der 1970er Jahre zufolge – in Kunstmuseen. Immerhin waren damals 52 Prozent der Besucher dieser Häuser zwischen 16 und 26 Jahren alt (Naturhistorische Museen 35 Prozent, Regionalmuseen 37 Prozent). Aber zugleich fand noch Mitte der 1980er Jahre nur jeder vierte Auszubildende und junge Arbeiter und jeder dritte junge Angestellte den Weg in Kunstausstellungen und Galerien. Lediglich unter den Studenten gab es mehr Besucher als Nichtbesucher von Kunstmuseen und -galerien. Immerhin 63 Prozent von ihnen waren innerhalb eines Vierteljahres mindestens einmal dort, 12 Prozent sogar viermal und häufiger.

Bernd Lindner

Den hohen Anteil Jugendlicher am Besuch von Kunstausstellungen bestätigten auch zwei repräsentative Befragungen auf der IX. und der X. Kunstausstellung der DDR (1982/83 und 1987/88) in Dresden. Über ein Drittel der Besucher dieser Ausstellungen waren Jugendliche in der Ausbildung, auch hier vor allem Studenten und Abiturienten. Insgesamt waren 41 Prozent der Besucher unter 25 Jahre alt.

Jugendliche gaben also entscheidend mit den Ton darüber an, welche der dort gezeigten Werke öffentlich Furore machten. Schließlich erwarteten sie auch in stärkerem Maße als ältere Besucher, dass die Künstler des Landes in ihren Werken kritisch zu gesellschaftlichen Themen Stellung nehmen sollten, die in den (von der SED gleichgeschalteten)

Massenmedien der DDR kaum behandelt wurden. Als auf der X. Kunstausstellung mit Gemälden von Hans-Peter Szyszka („Spinne", Porträt eines Erfurter Punks von 1986, heute im Besitz der Nationalgalerie Berlin) und Dieter Gantz („Das Paar", 1987) Punks erstmals in der DDR öffentlich thematisiert wurden, fanden beide Bilder vor allem die Zustimmung des jugendlichen Publikums. Zwei von vielen Stimmen dazu: *„Ich akzeptiere Punks, aber viele andere rümpfen die Nase, wenn sie Punks sehen, wie z.B. meine Eltern. Ich finde es gut, dass sich Künstler mit ihnen beschäftigen (...) Das regt an, über seine eigene Haltung gegenüber Andersartigen (seien es nun Popper, Punks, Grufties oder auch Klassenkameraden, die anders sind als andere und deshalb gemieden werden) nachzudenken"* (Anne M., Schülerin aus Halle-Neustadt). *„Sind es Außenseiter? Nein, auch sie haben einen Platz in der Gesellschaft (...) Ihre Kleidung und die Frisur ist vielmehr eine Reaktion, anders sein zu wollen, weniger spießerhaft als die Eltern ..."* (Holger R., Lehrling aus Berlin).

Über das Besucherverhalten DDR-Jugendlicher in Technik-, Naturwissenschafts- oder Heimatmuseen lässt sich aus soziologischer Sicht leider kaum etwas berichten, da hierzu keine Studien erhoben werden konnten. Allerdings zeigen vergleichende gesamtdeutsche Befragungen aus der Zeit unmittelbar nach dem Mauerfall, dass Jugendliche in der DDR in ihrer Freizeit Museen jeden Typs häufiger frequentierten als die altersgleichen Mädchen und Jungen in der Bundesrepublik.

Entwicklungen nach 1990

Anfang der 1990er Jahre gingen die Museumsbesuche bei den Jugendlichen in den neuen Bundesländern (wie in allen anderen Altersgruppen auch) erst einmal deutlich zurück. Zum einen war das der Dringlichkeit anderer Anforderungen geschuldet: Immerhin waren neue Schulformen und Gesetze zu verstehen, bisherige Berufsplanungen zu überdenken, schlicht – das ganze Leben neu zu organisieren. Zum anderen war den Jugendlichen vieles von dem, was sie nun in Kunstausstellungen und -museen an zeitgenössischer Kunst zu sehen bekamen (um bei diesem Beispiel zu bleiben), in seiner überwiegend abstrakten Formensprache sehr fremd. Stellvertretend für dieses Gefühl sei eine ostdeutsche Besucherin der Documenta 9 (1992) zitiert, die schon als Jugendliche häufig die nationalen Kunstausstellungen der DDR besucht hatte: *„Anders als in Dresden damals, fühlte ich mich hier* (in Kassel, B. L.) *weniger gebraucht als Betrachter. Dort wurde ich von den Künstlern einbezogen in einen Prozeß des Suchens und Infragestellens. Hier bleibe ich zu oft draußen."*

An realistischer, problemorientierter Malerei und Plastik gewachsen, die man mehr oder minder direkt auch als ‚Lebenshilfe' verstanden und rezipiert hatte, war die mehrheitlich nonfigurative Kunst des Westens für viele (nicht nur junge) Kunstrezipienten aus dem Osten sehr gewöhnungsbedürftig – ein Prozess, der noch anhält.

Das belegen auch die Ergebnisse aus acht Besucherbefragungen im Museum der bildenden Künste in Leipzig, die von Studenten der Fachrichtung Museologie an der HTWK Leipzig unter meiner Anleitung von 1995 bis 2005 durchgeführt wurden. Der Anteil der Schüler respektive der unter 20-Jährigen liegt bei den untersuchten Wechselausstellungen dieses Museums (bis auf wenige Ausnahmen) unter 5 Prozent. Die 20- bis 29-Jährigen (und hier vor allem die Studenten und jungen Angestellten unter ihnen) stellen dagegen seit Beginn dieser Untersuchungsreihe mit einem Anteil von durchschnittlich 28 Prozent am Gesamtpublikum in jeder Ausstellung die größte Publikumsgruppe. Doch ist hierbei zu berücksichtigen, dass sich gerade das studentische Milieu in Leipzig zu einem nicht unerheblichen Teil aus Jugendlichen zusammensetzt, die in der alten Bundesrepublik geboren und aufgewachsen sind. Ihre Sozialisation als Kunstrezipienten speist sich also eher aus jenen Kunstformen, die bis heute Ausstellungen dominieren. Zudem lag der Anteil der Besucher aus den westdeutschen Bundesländern in diesem Museum im Schnitt bei 23 Prozent. Ein Vergleich dieser Ergebnisse mit denen aus der Vor-Wende-Zeit ist also nur bedingt möglich.

In den letzten fünf Jahren hat die figurative Malerei, gerade von Leipzig aus, einen erneuten Siegeszug um die Welt angetreten. Ob sich hier – auch für ein inzwischen nachgewachsenes, junges Publikum – an alte Rezeptionsmuster und -erwartungen anknüpfen lässt oder hier ganz neue Sehtraditionen entstehen, kann aus soziologischer Sicht gegenwärtig noch nicht beantwortet werden. Ebenso steht seit der Wiedervereinigung eine gesamtdeutsche Besucherevaluation in den Museen des Landes leider immer noch aus. Seit der letzten repräsentativen Erhebung in den alten Bundesländern von Hans-Joachim Klein („Der gläserne Besucher") sind inzwischen mehr als 20 Jahre vergangen, vom Osten ganz zu schweigen. Hier fehlen für eine zeitgemäße Museumsarbeit mit dem

Publikum – gerade im Kontext der sich massiv entwickelnden Freizeit- und Medienindustrie – entscheidende Eckdaten!

Generationelle Brüche

Das veränderte Rezeptionsverhalten jüngerer Ausstellungsbesucher im Osten Deutschlands lässt sich jedoch nicht nur aus dem gewandelten Angebot in den Museen und Galerien erklären. Jene Jugendgeneration, die nach 1975 zwar noch in der DDR geboren wurde, aber erst mit oder nach deren Ende in das Jugendalter eintrat, musste dies in hohem Maße ohne die ansonsten dafür zur Verfügung stehenden Ratgeber und Erziehungsinstitutionen tun. Wir haben es hier mit einer im hohen Maße unberatenen Generation zu tun! Nach 1990 fielen im Osten Deutschlands auf Jahre hin all die Personen und Institutionen weitgehend aus, auf die in dieser Lebensphase jeder Heranwachsende (zu allen Zeiten) verstärkt angewiesen ist! Ob Eltern oder Verwandte, Schulen, Jugendorganisationen oder Medien – sie alle konnten nicht helfen und beraten, weil ihnen die (neuen) Lebensumstände der Bundesrepublik ebenso fremd waren wie ‚ihren' Kindern. Zugleich war die Glaubwürdigkeit von Lehrern und Jugendfunktionären, partiell aber auch der Eltern, durch ihr Verstricktsein in das DDR-System in den Augen der Jugendlichen z.T. erheblich diskreditiert.

Für die Kirchen galt das zwar nicht in gleichem Maße, doch war und ist deren Wirkungsraum unter Jugendlichen im Osten durch die hochgradige Säkularisierung aller Gesellschaftsbereiche erheblich eingeschränkt. Aber auch eingeführte Institutionen und Organisationen der Jugendarbeit des Westens konnten hier nur bedingt als Äquivalent wirksam werden. Zu unbekannt waren ihre Strukturen, zu fremd ihre Genese und nicht zuletzt zu ungeschickt ihre Versuche, im Osten Fuß zu fassen.

Dementsprechend waren (und sind) die Heranwachsenden im Osten weitgehend auf sich selbst verwiesen. Die Folgen dieses Sachverhaltes für diese Jugendgeneration sind heute allenthalben zu spüren: Distanzierung von der Gesellschaft und soziale Entwurzelung, ein Anwachsen von Aggressivität und Gewalt gegen Fremde sowie untereinander, politisches Desinteresse auf der einen und politische Polarisierung am rechten und linken Rand auf der anderen Seite. Erschwerend kommt hinzu, dass es sich bei ihnen weitgehend um die Kinder jener integrierten Generation handelt, die noch weitgehend im Einklang mit der DDR groß wurden und gelebt haben. Sie war zugleich jene DDR-Generation, die es nach der „Wende" mit Abstand am schwersten hatte, in der bundesrepublikanischen Gegenwart anzukommen. Mit den „guten Zeiten" der DDR-Entwicklung besonders eng verbunden, kompensiert diese Generation ihre sozialen und mentalen Probleme mit der Gegenwart verstärkt durch (n)ostalgische Rückbezüge, die um so stärker auch auf ihre Kinder und Enkel (ein)wirken, wie diese selbst Probleme mit ihrer Verortung in der Bundesrepublik des 21. Jahrhunderts haben. So setzen sich die (Nach)Wirkungen der DDR bis in die unmittelbare Gegenwart fort, obwohl der Staat, der sie hervorgebracht hat, schon anderthalb Jahrzehnte nicht mehr existiert.

In der Mitte des ersten Jahrzehnts des neuen Jahrhunderts stehen wir nun an der Schwelle zu einer neuen Jugendgeneration. Nach 1990 und dem Ende der DDR geboren, hätte sie die Chance, zur ersten gesamtdeutschen Jugendgeneration heranzuwachsen. Noch viel stärker als ihre Vorgänger hat sie gegenüber allen anderen an gegenwärtigen Gesellschaftsprozessen beteiligten Generationen den Vorteil, sich unbelasteter von der geteilten deutschen Vergangenheit den Anforderungen der Gegenwart stellen zu können. Ob und wie es ihr gelingen wird, wird auch in den Museen zu spüren sein.

Prof. Dr. Bernd Lindner
Zeitgeschichtliches Forum Leipzig
Postfach 415
04004 Leipzig
lindner@hdg.de

Weiterführende Informationen:

Bernd Lindner: Zwischen Belehrung und Ich-Anspruch. Soziologische Auskünfte über Museumsbesucher im Osten Deutschlands. In: Vom Präsentieren zum Vermitteln. Karlsruher Schriften zur Besucherforschung (Hrsg. von Hans-Joachim Klein). Heft 5. Karlsruhe 1994, S. 37-52.

Ders.: Verstellter, offener Blick. Eine Rezeptionsgeschichte bildender Kunst im Osten Deutschlands 1945 – 1995. Köln Weimar Wien 1998.

Ders.: Die Generation der Unberatenen. Zur Generationenfolge in der DDR und ihren strukturellen Konsequenzen für die Nachwendezeit. In: Annegret Schüle u.a. (Hg.): Die DDR aus generationengeschichtlicher Perspektive. Leipzig 2006, S. 93-112.

thema

Kinder und Jugendliche als Zielgruppe für Museen

Entwicklungsschritte für ein Marketingkonzept

Uwe Manschwetus

Marketing als wissenschaftliche Disziplin hat eine über 100jährige Entwicklungsgeschichte hinter sich (vgl. Manschwetus 2004, S.17 ff.). Es kann heute als ein Ansatz der Organisationsführung verstanden werden, der seine Steuerungsimpulse vom Markt bezieht. Markt wird definiert als die Anzahl aller tatsächlichen und potenziellen Kunden. Marketing dient der Erreichung der Organisationsziele, die monetärer Natur (z.B. Umsatzerhöhung) sein können oder aber andere Inhalte (soziale Ziele, Erfüllung des Kulturauftrages etc.) haben. Auf den hier vorliegenden Kontext übertragen, geht es um das Ziel, Kinder und Jugendliche als Museumsbesucher zu gewinnen und nach Möglichkeit als „Stammkunden" zu behalten. Zu diesem Zweck wird ein 10 Schritte umfassender Strategiepfad vorgestellt.

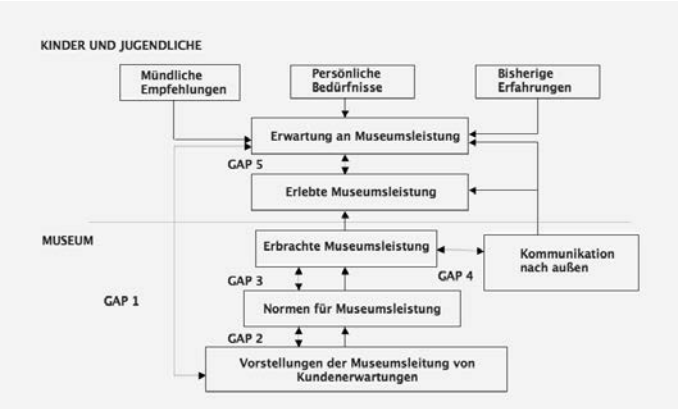
Schritt 1: Generelle Wirkungszusammenhänge verdeutlichen

In einem ersten Schritt ist es sinnvoll, ein Verständnis von den generellen Wirkungszusammenhängen zu entwickeln. Ausgangspunkt der Überlegungen ist die Interpretation der Museen als Dienstleistungsangebote, die in direkter Konkurrenz zu anderen Zeitverwendungsangeboten (Sport, Kino etc.) stehen. Das Museum muss also in den Augen der jungen Menschen und deren Bezugspersonen wie Eltern und Lehrer so attraktiv sein, dass sie bereit sind, einen Teil ihrer Freizeit für den Museumsbesuch oder Aktivitäten im Museum zu verwenden. Sie werden dies tun, wenn sich ihre Erwartungen an das Museum erfüllen. Anderenfalls entsteht eine Lücke (GAP 5) zwischen der Erwartung und der erlebten Museumsleistung, die zu einer Enttäuschung der Kinder und Jugendlichen führen würde. Ein solches negatives Erlebnis würde weitere Besuche verhindern und die betroffenen Kinder oder deren Eltern würden es weiter erzählen. Daher muss das Ziel darin bestehen, diesen GAP 5 zu schließen bzw. erst gar nicht eine Lücke zwischen den Erwartungen und den Erlebnissen entstehen zu lassen.

Uwe Manschwetus

Die Erwartungen der Kinder speisen sich aus mündlichen Empfehlungen anderer Personen, aus persönlichen Bedürfnissen (dazu ausführlicher unter Schritt 6) und den bisherigen Erfahrungen mit dem Museum. Weiterhin beeinflussen die werblichen Versprechen des Museums die Erwartungen. GAP 5 hängt zudem von einer Reihe weiterer Diskrepanzen ab:

▼ *GAP-Modell. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Parasuraman/Zeithaml/Berry 1985*



GAP 1: Diskrepanz zwischen Erwartungen der jungen Leute und den Vorstellungen der Museumsverantwortlichen über diese Erwartungen. Eine mögliche Ursache hierfür ist die unzureichende Kenntnis über die Erwartungen und Bedürfnisse der Kinder und Jugendlichen seitens des Museums (siehe Schritt 2).

GAP 2: Diskrepanz zwischen den von der Leitung wahrgenommenen Kundenerwartungen und deren Umsetzung in Normen und Spezifikationen der Museumsleistung.

Mögliche Gründe für Umsetzungsdefizite:
– mangelnde Entschlossenheit
– fehlendes strategisches Konzept
– unzureichendes museumspädagogisches Know-how.

GAP 3: Diskrepanz zwischen den Normen (Spezifikationen, Vorgaben) und der tatsächlich erstellten Leistung. Diese Lücke spiegelt das Ausmaß wider, in dem das Museumspersonal die Leistung nicht auf dem von der Leitung erwarteten Niveau erbringt. Verursachende Faktoren sind zum Beispiel:
– mangelnde Qualifikation der Mitarbeiter,
– unmotivierte Mitarbeiter (Dienst nach Vorschrift)
– mangelnde Teamarbeit oder Rollenkonflikte

GAP 4: Diskrepanz zwischen tatsächlich erstellter Dienstleistung und der an die Zielgruppen gerichteten Kommunikation über diese Dienstleistung. Diese Lücke entsteht, wenn die Wahrnehmung der Kinder und Jugendlichen bezüglich der Museumsleistung durch übertriebene Versprechungen in der Werbung so beeinflusst wird, dass eine Kluft zwischen tatsächlich erstellter und versprochener Leistung entsteht. An Stelle übertrieben reißerischer Ankündigungen, die falsche Vorstellungen hervorrufen und letztlich zur Enttäuschung der Kinder und Jugendlichen führen, sollte eine glaubwürdige und authentische Kommunikation stehen.

Schritt 2: Informationsgrundlagen über die Zielgruppe Kinder und Jugendliche verschaffen

Um keine Lücke zwischen den Erwartungen der Zielgruppen und der Angebotsleistung aufkommen zu lassen, müssen Museen sich mit den Erwartungen der Kinder und Jugendlichen auseinandersetzen. Insbesondere die Wünsche, Bedürfnisse und auch Problemlagen müssen bekannt sein, damit ein darauf abgestimmtes Dienstleistungsangebot konzipiert werden kann. Zu diesem Zweck können eine Reihe von Studien herangezogen werden, wie z.B. die Shell Jugendstudie, der Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung oder die Studie „Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland" des ipos Instituts. Weiterhin stehen zahlreiche Statistiken aus dem Museumsbereich zur Verfügung wie z.B. der Museumsbericht 2004 der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder. Das Institut für Museumskunde in Berlin hält ebenfalls zahlreiche einschlägige Publikationen bereit. Allerdings sind detaillierte Informationen über demografische und psychografische Merkmale von Museumsbesuchern kaum vorhanden, da diese Daten nicht systematisch erfasst werden. Studien wie das Jugend-KulturBarometer 2004 des Zentrums für Kulturforschung bilden hier die rühmliche Ausnahme. Hier ist auch eine Rankliste der Erwartungen von jungen Menschen an Kulturangebote dokumentiert (ebd. S. 16). Die 10 wichtigsten Motive sind demnach:

1. Gute Unterhaltung
2. Etwas live erleben
3. Spaß und Action
4. Gute Atmosphäre
5. Verbesserung der Allgemeinbildung
6. Überraschende Eindrücke, künstlerische Impulse
7. Nette Leute, die mich begleiten; in der Szene sein
8. Neue Ideen bzw. Anregungen
9. Gefühl, etwas Außergewöhnliches zu tun
10. Erstklassige Umgebung (Ambiente)

Schritt 3: Spezifische Stärken und Schwächen der eigenen Organisation herausarbeiten

Jedes Museum besitzt spezifische Stärken und Schwächen, deren Kenntnis nützlich für die Ausgestal-

tung der Museumsleistung ist. Bei ihrer Identifizierung sollte man sich aber nicht nur auf die interne Einschätzung von Museumsleitung und Mitarbeitern verlassen, da man häufig von außen eine andere Beurteilung erfährt. Daher sollten durch Befragungen oder in Diskussionsrunden die Meinung der Kinder und Jugendlichen sowie betroffener Erwachsener wie Eltern, Verwandte oder Lehrer eingeholt werden, um die eigenen Stärken und Schwächen identifizieren zu können. Weiterhin gibt es spezielle Analyseverfahren, die sich im Dienstleistungsbereich bewährt haben wie etwa das Blueprint-Verfahren, die Problem-Detecting-Methode oder die Critical Incident-Technik (vgl. Manschwetus 2005)

Schritt 4: Verdichtung der Informationen zu handlungsrelevanten Konsequenzen

Die in Schritt 2 gesammelten Informationen über die Zielgruppe sollten noch durch weitere museumsexterne Determinanten (z.B. gesellschaftliche Trends) ergänzt werden, so dass aussagekräftige Ergebnisse für die Umweltfaktoren vorliegen. Verknüpft man diese Erkenntnisse mit der internen Stärken-Schwächen Analyse (vgl. Schritt 3), so lassen sich strategische Konsequenzen ableiten. Hierfür ist die SWOT-Analyse eine in der Praxis erprobte Methode (engl. Akronym für **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities und **T**hreats) (vgl. Cordes/Manschwetus 2000, S. 10ff.). Die konkreten Chancen und Risiken für ein Museum ergeben sich daraus, dass die museumsinternen Stärken und Schwächen gespiegelt werden an den ermittelten Umweltbedingungen. Immer dort, wo eine spezifische Umweltentwicklung auf eine Stärke des Museums trifft, ergibt sich eine Chance für das Museum, sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen, da es gegenüber den Wettbewerbern die Möglichkeit hat, die Umweltentwicklung für sich auszunutzen. Analog signalisiert eine auf eine spezifische Umweltentwicklung treffende Schwäche des Museums ein Risiko für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit (vgl. ebd. S14).

Schritt 5: Ziele definieren

Die zuvor dargestellte SWOT-Analyse führt zu strategischen Konsequenzen, die in operationale Ziele für das Museum zu überführen sind, in denen der Zielinhalt, das Zielausmaß und der Zeitbezug festgelegt werden. Unabhängig von dieser konkreten Zielfindung wird es generelle Ziele geben, denen sich jede besucherorientierte Einrichtung verpflichtet fühlen muss. Hierzu gehört das Bestreben zufriedene oder besser noch begeisterte junge Museumsbesucher zu generieren. Zufriedenheit ergibt sich aus einem Soll-Ist-Vergleich von tatsächlicher Erfahrung bei der Inanspruchnahme einer Leistung (Ist-Leistung) mit einem Vergleichsstandard des Kunden, mit den eigenen Erwartungen oder Erfahrungen aus vergleichbaren Kultur- oder Freizeiteinrichtungen. Damit ist das so genannte C/D-Paradigma (Confirmation/Disconfirmation-Paradigm) angesprochen (vgl. Homburg 2003, S. 19). Entspricht die wahrgenommene Leistung dem Vergleichsstandard, spricht man von Konfirmation (Bestätigung). Die exakte Übereinstimmung von Soll und Ist wird als Konfirmationsniveau der Zufriedenheit bezeichnet. Im Falle einer positiven Diskonfirmation übertrifft die Ist-Leistung die Erwartungen, und das Zufriedenheitsniveau liegt über dem Konfirmationsniveau. Die jungen Museumsbesucher wären dann mehr als zufrieden, sie wären begeistert. Daraus leitet sich als praktischer Hinweis ab, dass nicht alles, was angeboten wird, auch im Vorfeld kommuniziert werden sollte. Auf diese Weise hat man noch etwas Überraschendes anzubieten, das mithelfen kann, Begeisterung zu erzeugen. Ein kleines Geschenk für alle Teilnehmer eines Kindergeburtstages im Museum könnte als Beispiel für ein solches Vorgehen genannt werden.

Schritt 6: Zielgruppen definieren

Erfolgreiches Marketing zeichnet sich durch zielgruppenspezifisches Vorgehen aus. Dies gilt auch im vorliegenden Kontext, denn es gibt weder „die“ Kinder, noch „die“ Jugend. Unter den jungen Menschen existieren vielmehr ganz unterschiedliche Charaktere, die sich unterschiedlichen Typen zuordnen lassen. Die KVA-Kindertypologie unterscheidet beispielsweise acht Typen von Prinzessin bis Zappel-Phillip (vgl. Egmont Ehapa Verlag). Die Szenen, in denen sich Jugendliche je nach ihren kulturellen Präferenzen und Lebensstilvorlieben bewegen und zugehörig fühlen, werden inzwischen in über 200 verschiedene Szenen differenziert.

Eine weitere – bei Kindern naheliegende – Möglichkeit besteht in der Differenzierung nach Alter, da Kinder in den einzelnen Altersstufen unterschiedliche Bedürfnisse ausbilden:

1. bis 6./7. Lebensjahr	Sensitives Handling (anfassen, fühlen, hören) Ordnen (Logik und Zusammenhänge lernen) Spielen (ausprobieren, erforschen, entdecken) Starke Bedeutung von einfachen Farben und Formen Enge Bindung an die Eltern, Geborgenheit fühlen, Liebe zeigen
6./7. Lebensjahr	Spielen (sich messen, sich durchsetzen wollen)
8. Lebensjahr	Herausforderungen; Erfolgserlebnisse; Angst überwinden, Mut zeigen; Autonomie; Phantasien: „besondere Kräfte haben“, „Macht haben“ etc.; Ethische Orientierung: „Gut-Böse“, „Freundschaft“
10./11. Lebensjahr	Ernst genommen werden, realistische Darstellung
10./11. – 14. Lebensjahr	Vorbildsuche; Freundschaft, Zugehörigkeit; Autonomie, Unabhängigkeit; Selbsterfahrung, Selbsterforschung; Phantasien: „Ich bezogenes Träumen“, „Schwärmen“; Selbstinszenierung; Individualisierung

Core-Needs in verschiedenen Altersstufen.
Quelle: Dammler/Barlovic/Melzer-Lena 2000

Im Rahmen des Marketingkonzeptes ist zu definieren, welche (Alters-)Gruppe angesprochen werden soll. Erst auf Grundlage dieser strategischen Entscheidungen können dann museumspädagogische Maßnahmen, die Ausgestaltung des Leistungsangebotes, sowie Kommunikationsmaßnahmen maßgeschneidert entwickelt werden.

Schritt 7: Strategien festlegen

Im Marketing sind verschiedene Strategiekonzepte definiert worden, die ein planvolles Bearbeiten der Märkte und ein Erreichen der Ziele ermöglichen. Eine dieser Methoden ist die Marktfeldstrategie.

Märkte (=Zielgruppe) Dienstleistung	Gegenwärtig	Neu
Gegenwärtig	Marktdurchdringung	Marktentwicklung
Neu	Dienstleistungsentwicklung	Diversifikation

Marktfeldstrategien im Dienstleistungsbereich.
Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Ansoff 1966, S.13ff.

Bei *Marktdurchdringung* würde das Museum versuchen, bei der bisherigen Zielgruppe Zuwächse zu erzielen. Dies kann auf zweierlei Weise erreicht werden. Zum Ersten kann versucht werden, bei den schon vorhandenen jungen Besuchern die Besuchsfrequenz zu erhöhen. Zum Zweiten könnten die bisherigen „Nicht-Kunden“ zu einem Besuch animiert werden. Hierfür müsste in Erfahrung gebracht werden, warum ein Besuch bisher unterblieben ist. Bei der *Dienstleistungsentwicklung* geht es um neue Angebote für die bisherige Zielgruppe (z.B. Kindergeburtstage, Theater oder Disco im Museum). Im Falle der *Marktentwicklung* würde man versuchen, mit dem bestehenden Angebot neue Zielgruppen zu erreichen. Dies könnten z.B. Migrantenkinder sein oder junge Leute außerhalb des unmittelbaren Einzugbereiches des Museums. In diesen Fällen könnte auch das Konzept der „Aufsuchende Kulturarbeit“ angewandt werden (Fuchs 2005, S. 345). Man würde also mit Teilen des eigenen Leistungsangebotes die Zielgruppen vor Ort (in der Schule, am Wohnort, im Kindergarten etc.) aufsuchen. Bei der *Diversifikation* würde man sowohl neue Zielgruppen als auch neue Dienstleistungen entwickeln.

Schritt 8: Leistungsangebot gestalten

Das Leistungsangebot eines Museums kann in Core-Services (z.B. Ausstellung), Facilitating-Services (notwendige Dienste wie z.B. Kartenverkauf) und Supporting Services (Cafeteria, Museumsshop) eingeteilt und für die Zielgruppe optimiert werden (vgl. Cordes/Manschwetus 2000, S. 16f.). Neben den in Schritt 6 genannten altersspezifischen Bedürfnisse sollten bei der Leistungsgestaltung grundsätzliche Bedürfnisse von jungen Menschen

bedacht werden: Lachen/Spaß, Anerkennung/Lob, Wettstreit, Gerechtigkeit, Freundschaft, Aufschauen/bewundern können, Orientierung (vgl. Dammler/Barlovic/Melzer-Lena 2000, S.24ff.).

Schritt 9: Operative Maßnahmen festlegen

Bei der Festlegung der geeigneten Maßnahmen kann die Kundenleiter heran gezogen werden, die im vorliegenden Fall folgende Stufen umfasst:

1. Kinder und Jugendliche kennen das Museum oder sein Angebot nicht
2. Junge Leute erfahren von dem Leistungsangebot
3. Das Leistungsangebot wird präferiert (ein Besuch kommt theoretisch in Frage)
4. Kinder und Jugendliche entwickeln konkretes Besuchsinteresse
5. Erstbesuch
6. Wiederholungsbesuch
7. Junge Leute werden Stammbesucher
8. Kinder und Jugendliche empfehlen das Museum weiter (Weiterempfehler)

Für jede Stufe können konkrete Preis-, Kommunikations- oder Distributions-Maßnahmen geplant werden. Mit Werbung wie Anzeigen und Plakaten würde man beispielsweise versuchen, das Angebot bekannt zu machen. So genannte trojanische Pferde (z.B. Disco im Museum) könnten dazu dienen, Interesse zunächst mit anderen Angeboten zu wecken und sozusagen durch die „Hintertür“ das Museumsangebot bekannt zu machen (Günter 2002, S.3). Ein Erstbesuch kann auch durch Freikarten oder ähnliche Aktionen initiiert werden. Damit es nicht bei einem einmaligen Besuch bleibt, sind wechselnde Inhalte und Freizeitangebote im Museum nötig. Zur Förderung der Kundenbindung kämen Newsletter oder Clubmitgliedschaften in Frage. Welche Maßnahmen sinnvoll sind, muss im Einzelfall unter Berücksichtigung der Museumsziele und der verfügbaren finanziellen Mittel entschieden werden.

Schritt 10: Controlling und Evaluation

Der letzte Schritt dient zu einer ständigen Verbesserung des Marketingprozesses. Controlling und Evaluation sind unbedingt notwendig, da sich insbesondere die Umfeldbedingungen laufend ändern. Dieser Dynamik muss das Marketing Rechnung tragen, indem permanent überprüft wird, ob die Analysen, die Strategien und die Maßnahmen noch richtig bzw. angemessen sind.

Schlussbemerkung

Die vorherigen Ausführungen zeigten, dass Kinder und Jugendliche eine anspruchsvolle Zielgruppe mit spezifischen Bedürfnissen und Wünschen sind. Wenn man darüber hinaus den Wettbewerb berücksichtigt, in dem sich Museen mit anderen attraktiven Zeitverwendungsangeboten befinden, verdeutlicht sich das hohe Anspruchsniveau an das Marketing. Nicht planloser Aktionismus ist gefragt, sondern ein systematisches und strategisches Vorgehen. Der in Vorschlag gebrachte 10 Punkte Plan soll hierfür eine Anregung geben.

Prof. Dr. Uwe Manschwetus
Hochschule Harz
FB Wirtschaftswissenschaften
Friedrichstraße 57-59
38855 Wernigerode
umanschwetus@hs-harz.de

Literaturverzeichnis

Ansoff, H.I. (1966), Management Strategies, München 1966.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) (2005), 12. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder und Jugendhilfe in Deutschland, im Internet unter: http://www.bmfsfj.de/doku/kjb/data/haupt.html.

Cordes, J./Manschwetus, U. (2000), Kulturmarketing am Beispiel von Museen, in: Poth, L. (Hrsg.), Marketing (Loseblattwerk), 2. Aufl., Neuwied 2000.

Dammler, A./Barlovic, I./Melzer-Lena, B., (2000). Marketing für Kids und Teens: Wie Sie Kinder und Jugendliche als Zielgruppe richtig ansprechen, Landsberg/Lech 2000.

Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.) (2002) KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2002: Junge Zielgruppen, Filderstadt 2002.

Fuchs, M. (2005), Jugend, Kunst, Kultur. Anmerkungen zu einem schwierigen Verhältnis, in: Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.), Jahrbuch für Kulturpolitik 2005, Thema: Kulturpublikum, Essen 2005, S. 341 – 347.

Günter, B. (2002), Junges Publikum gewinnen und binden – Zentrale Herausforderung für das Kultur-Marketing, Redebeitrag anlässlich der Tagung „Cool – Kult – Kunst?! Jugendliche als Kulturpublikum, Düsseldorf 3. und 4.7.2002, im Internet unter: http://194.245.135.33/tagung/doku/downloads/CKK_VOR5.PDF.

Homburg, Chr. (Hrsg.) (2003), Kundenzufriedenheit, 5. Aufl., Wiesbaden 2003.

Institut für praxisorientierte Sozialforschung (ipos) (2002), Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage November/Dezember 2002, Mannheim 2002.

Manschwetus, U. (2004), Wesen und Evolution des Marketing, Brandenburg 2004, Studienbrief Bezugsquelle: http://www.aww-brandenburg.de/verzeichnis.php.

Manschwetus, U. (2005), Operativ-analytische Ansätze zur Bestimmung der Leistungsqualität, Brandenburg 2005, Studienbrief Bezugsquelle: http://www.aww-brandenburg.de/verzeichnis.php.

Parasuraman, A./Zeithaml, V. A./Berry, L. L (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, in: Journal of Marketing, Vol 49, 1985, S. 41-50.

Shell AG (Hrsg.) (2006), Jugend 2006, 15. Shell Jugendstudie.

Zentrum für Kulturforschung (ZfKf) (Hrsg.) (2004), Teilergebnisse des Jugend-KulturBarometers 2004, „Zwischen Eminem und Picasso“, Bonn 2004.

Schillernd & Kreativ

Ausstellungen anders anpacken oder: Auch Profis machen manchmal Fehler

Elke Schaar

Idee

Die Ausstellung *Schillernd & Kreativ* des Kinder- und Jugendmuseums Lipsikus im Stadtgeschichtlichen Museum Leipzig entstand in enger Zusammenarbeit mit dem Berufsschulzentrum 5, Offenen Freizeittreffs, Jugendkulturzentren und weiteren Schulen der Stadt. Anlass war der 200. Todestag von Friedrich Schiller im Jahr 2005.

Während das Schillerhaus in Leipzig-Gohlis am authentischen Ort vor allem Gegenstände aus Schillers persönlichem Besitz und engstem Umfeld sowie literarische Arbeiten und Zeugnisse Leipziger Theateraufführungen präsentiert, sollte eine kleine Sonderschau im Neubau des Stadtgeschichtlichen Museums Schillers *Ode an die Freude* thematisieren. Eine gute Gelegenheit auch für das im Neubau beheimatete Kinder- und Jugendmuseum Lipsikus, sich eines aktuellen Themas anzunehmen und mit einer eigenen kleinen, unklassischen Ausstellung zum Klassiker dort „anzudocken". Doch wie sollte das gehen?

Der Wettbewerb

Sehr gute Erfahrungen hat das Stadtgeschichtliche Museum in den vergangenen Jahren mit der Ausschreibung von Wettbewerben gesammelt. Der Aufruf des 3. Kinder- und Jugendwettbewerbs unter dem Motto *Schillernd & Kreativ* richtete sich deshalb auch dieses Mal an Kinder und Jugendliche bis 17 Jahre. Darin hieß es: *„Experimentiert, forscht, gestaltet Plakate und Theaterzettel, interpretiert Schillers Gedicht An die Freude, gestaltet es kalligrafisch, stellt Gegenwartsbezüge her oder lasst Goethe und Schiller fiktiv und augenzwinkernd miteinander ins Gespräch kommen. Kommuniziert über das Internet mit Schiller-Schulen und baut Kontakte nach Marbach, Mannheim oder Weimar auf. Tragt Anekdoten zusammen und geht in Leipzig auf Spurensuche."* Spannende, originelle und unkonventionelle Arbeiten sollten am Ende entstehen. In Aussicht gestellt wurden Preise wie Freikarten für den berühmten Leipziger Zoo, eine Führung im Bundesverwaltungsgericht, Freikarten für einen Theaterbesuch und die Möglichkeit, die besten Ergebnisse im Museum präsentieren zu dürfen. Unserer bisherigen Erfahrung nach ein verlockendes Angebot, denn an

Links: Elke Schaar

Schiller kommt man in Leipzig nicht vorbei: In Gohlis gibt es neben dem Schillerhaus auch einen Schillerweg. Der Bäcker an der Ecke bietet Schillerlocken an. Ganz andere Schillerlocken kauft man dagegen im Fischgeschäft. Eine Gohliser Schule ist nach dem Dichter der *Räuber* benannt, und ein Schillerdenkmal gibt es in Leipzig auch. Es steht im Schillerpark an der Schillerstraße. Gegenüber liegt das Schiller-Café. Und nicht zu vergessen die Sylvesterkonzerte im Leipziger Gewandhaus am Augustusplatz. Jahr für Jahr erklingt dort Beethovens berühmte IX. Sinfonie mit dem Schlusschor und Schillers *Freude schöner Götterfunken* aus dem Lied *An die Freude.*

Doch schon bald stellte sich das Thema für Kinder und Jugendliche als „sperrig" heraus. Die Resonanz war zunächst gering. Schulen, Freizeittreffs, Jugendkulturzentren und die Öffentlichkeit reagierten nur zögerlich. Andererseits wollten Schüler Theater spielen und Videos drehen. Das war doch schon etwas. Trotzdem bestand Handlungsbedarf. Immerhin sollten eine 130 qm große, von allen Seiten einsehbare Ausstellungsfläche inmitten der Stadt sowie eine etwa 30 Meter lange Fensterfront ansprechend und werbeträchtig gestaltet werden.

Ein zweiter, sehr konkreter Aufruf musste her und regte an, Schiller-Sprichwörter wie: *Er zählt die Häupter seiner Lieben* oder *Die Axt im Haus erspart den Zimmermann* zu illustrieren. Jetzt war klar: Man musste nicht erst Schiller lesen, um sich am Wettbewerb beteiligen zu können.

Die Ausstellung – oder: „Der Weg ist das Ziel" (Goethe)

Um es vorweg zu nehmen: Das vorgestellte Projekt mit Leipziger Auszubildenden und Schülern ist kein Plädoyer für ein verschultes Museum. Es ist eher eine der bereits vielerorts und tausendfach praktizierten Möglichkeiten, *Schule & Museum* unverkrampft und voller Neugier aufeinander zusammenzubringen, ohne dass ein Partner seine eigene Individualität und Unverwechselbarkeit aufgeben muss. Im Gegenteil: Synergieeffekte führen schneller, spannungsreicher und kreativer zum gemeinsamen Ziel. Lust und Last der Arbeit sind auf breite Schultern verteilt. Doch die Verantwortung bleibt immer beim Initiator, beim Veranstalter des Projekts.

Ein Glückstreffer war deshalb die von Anfang an erfolgversprechende, auf Vertrauen und Verlässlichkeit basierende Kooperation mit zwei engagierten Lehrerinnen und über 50 Auszubildenden, angehenden Schauwerbegestaltern, Schilder- und Lichtreklameherstellern des Berufsschulzentrums 5 in Leipzig. Hochmotiviert, mit Freude und vielen Ideen haben sich die jungen Leute auch über den normalen Schulalltag hinaus mit einer komplexen Leistung in die Gestaltung der Ausstellung *Schillernd & Kreativ* eingebracht. Theoretisches Wissen durfte endlich einmal in der Praxis umgesetzt werden. Dies war ein großer Vertrauensvorschuss von Herrn Dr. Rodekamp, Direktor des Stadtgeschichtlichen Museums, gegenüber der Projektleitung, Lehrern und Auszubildenden.

Zuerst kamen 60 unterschiedliche, teils sehr originelle Plakatentwürfe – außergewöhnliche Werbeflächen für die riesigen Schaufenster im Mezzaningeschoss, für das Völkerschlachtdenkmal und das Schillerhaus. Die jungen Leute bewerteten, wählten aus, fotografierten, hantierten mit Wasserwaage und Messgerät, bis schließlich alles untadelig hing. Das von den Schülern entwickelte Rahmen-Layout der Ausstellung zeigte Pfeil, Bogen und Apfelmotiv des Wilhelm Tell. Auch die Materialkostenrechnung wurde von den Azubis erstellt, das Ausstellungssystem platziert, Rahmen gehängt, Bildunterschriften angebracht und Einladungen gestaltet. Wände wurden mit Packpapier bespannt und mit noch unvollständigen Schillerzitaten versehen. Nun war die Phantasie der Besucher gefragt. Auch Schiller zum Ausmalen und Mitnehmen kam als Idee gut an. Doch schon bald war allen klar, man brauchte mehr Zeit, als ursprünglich geplant. Die Lust ließ nach, teilweise wurde gemurrt. Doch es gab einen Eröffnungstermin mit geladenen Gästen, Theaterspiel und Medienpräsenz. Aufgeben war nicht drin, eine wichtige Erfahrung für das junge, engagierte, aber noch unerfahrene, nur temporär arbeitende Ausstellungsteam.

Eröffnung und Museumsnacht

Endlich war es so weit! Am Sonntag, dem 23. April 2006 war Ausstellungseröffnung. Die Theatergruppe EK jr. des Evangelischen Schulzentrums Leipzig präsentierte Ausschnitte aus ihrem Programm *Von Räubern, Königen und anderen SCHILLERnden Gestalten. Schiller & Schaller* war ein lustiger Sketch, vorgetragen von Schülern des Max-Klinger-Gymnasiums. Siebzig Besucher hatten jede Menge Spaß. Kleine und große Wettbewerbsteilnehmer waren zur Eröffnung gekommen und brachten Eltern, Freunde und Bekannte mit. Alle waren des Lobes voll

▼ *Preisträger: „Das Auge des Gesetzes“*

▼ *Zwei junge Gestalterinnen in ihrer Ausstellung*

und zollten den Beteiligten ihre Anerkennung. Unter den 150 Einsendungen begeisterten Comics, zwei Videos, ein Hörspiel und mehr als 100 Bilder, die, sofern sie im Museum verblieben sind, bei Veranstaltungen im Schillerhaus eingesetzt werden können.

Die Theatergruppe des Brockhaus-Gymnasiums begeisterte noch einmal Hunderte Besucher zur Leipziger Museumsnacht mit Ausschnitten aus ihrem Schiller-Programm.

Rückblick

Idee und Ausstellung gefielen der Stiftung Weimarer Klassik und Kunstsammlungen so, dass diese zwei Monate lang eine Auswahl der originellsten Arbeiten, gemeinsam mit den Weimarer Wettbewerbsergebnissen unter dem Motto *Leipzig schillert und Weimar lockt,* im Schillerhaus in Weimar präsentierte. In beiden Städten zeigte sich die regionale Presse ausgesprochen interessiert – ein Glücksfall für das Leipziger Museum, die Wettbewerbsteilnehmer und das Gestalterteam.

Positiv zu vermerken ist, dass die meisten Teilnehmer am Wettbewerb zur Vorbereitung mindestens einmal, allein oder mit der Klasse das Schillerhaus in Leipzig-Gohlis aufsuchten. Sie nahmen an Führungen teil, malten, filmten und diskutierten am authentischen Ort. Die über 50 Azubis suchten im nachhinein noch mehrfach die Ausstellung im Rahmen des Unterrichts oder privat mit Eltern und Freunden auf. Kritisch und selbstkritisch begutachteten sie die Präsentationen *Wagners Heimkehr* und *Befreiung. Die Amerikaner in Leipzig,* aber auch ihre eigene kleine Schau. Dabei kamen sie zu dem Schluss: Auch Profis machen manchmal Fehler. Das tröstete so manchen über die eine oder andere pauschale Kritik professioneller Gestalter hinweg. Da das Gesamtkonzept als Modell für ähnliche Projekte dienen sollte, fanden sich am Schluss zwei Schülerinnen bereit, eine Dokumentation und eine Power-Point-Präsentation zu erstellen. Beide Auszubildende erhielten außerdem die Gelegenheit, das Ausstellungskonzept sowie das Für und Wider dieser Zusammenarbeit auf der Tagung in Halle vorzutragen.

Wer jetzt allerdings denkt, für die Museumspädagogik bliebe nichts mehr zu tun, der irrt. Externe Netzwerkarbeit ist oft mühevoll und erfordert viel Fingerspitzengefühl. Gute, ergebnisorientierte Partnerschaften beruhen außerdem auf Akzeptanz der jeweiligen Fachkompetenz, Kompromissbereitschaft und permanenter Kommunikation. Kinder und Jugendliche bedürfen immer auch einer zurückhaltenden, aber konsequenten Anleitung mit Blick auf das Ziel.

Niemand wartet auf uns, denn jeder Partner hat einen anderen Aufgabenbereich. Es sollte ein hoher Grad an Freiwilligkeit vorhanden sein, da Netzwerkarbeit häufig auch außerhalb der Arbeitszeit läuft.

Trotzdem – die durch Kooperation entstehenden Synergieeffekte führen schneller zum Ziel.

Elke Schaar
Stadtgeschichtliches Museum Leipzig,
Kinder- und Jugendmuseum Lipsikus
Böttchergässchen 3
04109 Leipzig
elke.schaar@leipzig.de

thema

Warum kann Schule nicht FIES sein?

Forschen In Eigener Sache – Ein Jugendprojekt im Überseemuseum Bremen

Birte Stüve

Die Stundenpläne in den Schulen sind eng. Vertretungsstunden werden weniger, der Unterrichtsstoff wird dagegen umfangreicher. Im Rahmen der Schule verbleibt den LehrerInnen immer weniger Raum, ihren SchülerInnen Gelegenheit zu geben, sich zu orientieren und ihren eigenen Neigungen kreativ wie produktiv nachzugehen. Der Schule als Bildungseinrichtung sind aber auch durch die ihr eigene Gestalt Grenzen gesetzt, wenn es um Methoden und Wege geht, den Jugendlichen sowohl in ihrer derzeitigen Lebensphase Orientierung zu geben als auch Kompetenzen zu vermitteln, von denen sie im Erwachsenenleben profitieren. Das Museum kann mit museumspädagogischen Projekten einen solchen Raum schaffen. Hier finden Jugendliche jenseits der Schule Bedingungen und Angebote vor, die sie und ihre Bedürfnisse auf andere Art ansprechen. Ein Beispiel dafür, wie die museumspädagogische Arbeit über das hinausgeht, was die Schule leistet, stellt das Jugendprojekt „FIES“ im Überseemuseum Bremen dar.

„Man lernt viele verschiedene Sachen, die man fürs Leben allgemein braucht!“ (Mädchen, 8. Klasse)

Seit August 2005 bietet das Überseemuseum Bremen ein zweijähriges, interkulturelles Projekt für Jugendliche an: „Forschen In Eigener Sache“ (FIES). Das Museum spricht dabei 14- bis 20-Jährige aus allen Schultypen und Jugendfreizeiteinrichtungen an. In ihren Klassen und Gruppen vertiefen sich die Jugendlichen mit Hilfe der Arbeitsmethoden des Museums (Sammeln, Forschen und Ausstellen) in ein selbst gewähltes Thema. Ausgehend von den Objekten, die sie dazu im Museum finden, entwickeln sie eigene Fragestellungen und forschen in ihrem eigenen Lebensumfeld oder öffentlichen Einrichtungen (z.B. Familie, Stadtteil, Bibliothek). Nach der Auswertung der Forschungen setzen sie diese kreativ um und präsentieren ihre Ergebnisse in einer künstlerischen Ausdrucksform vor einem Publikum (z.B. als Theaterstück, Buch, Video, Website oder Ausstellung). Parallel dokumentieren sie ihren Arbeitsprozess in Wort und Bild. Die Gruppen werden in ihrem halbjährlichen Projekt von Museumsfachleuten und KünstlerInnen begleitet und unterstützt. Eine Jury aus KulturexpertInnen und SchülerInnen vergibt am Ende Preise an die Projekte, die sich durch ihre

„Bremen – Shanghai“: In ihrer Stadt suchen die Jugendlichen geeignete Fotomotive für ihre Website. Foto: © Überseemuseum

▼ *„Verliebt sein“: In Zusammenarbeit mit einer Tänzerin üben die Schülerinnen eine Maskenperformance ein. Foto: © Überseemuseum*

Forschungsergebnisse, Originalität und Teamarbeit besonders auszeichnen.

Der Ort

Das FIES-Projekt wird konsequent im Museum durchgeführt, wo sich die Gruppen im Laufe des Halbjahres regelmäßig treffen. Während dieser Zeit zeigen die Jugendlichen eine veränderte Wahrnehmung des Museums. Zu Beginn mit Begriffen wie „langweilig“, „antiquiert“ und „Geschichte“ assoziiert, wird der Ort für sie zunehmend lebendiger. Im FIES-Projekt erfahren sie, wie sich Objekte wahrnehmen und entdecken lassen. Mit diesem „Entschlüsselungscode“ erkennen sie, dass Vieles in den Ausstellungen eine Verbindung zu ihnen hat. Gleichzeitig bewegen sie sich immer selbstverständlicher in einem Raum, den sie sich sukzessive erobert haben. Wenn durch dieses Projekt die Hemmschwelle sinkt, auch andere Museen „freiwillig“ zu besuchen, ist es gelungen, den Jugendlichen das Museum als neue Alternative zu anderen Freizeitorten bekannt zu machen. Um dies zu erreichen, ist ein sich wiederholender Kontakt mit Museumsfachleuten und Aufenthalt im Museum nötig, was im Rahmen des normalen Unterrichtes und ohne eine (zeit-)aufwendige Vorbereitung seitens der LehrerInnen kaum möglich ist.

„Mir hat das Projekt gutgetan. Ich sehe das Museum jetzt mit anderen Augen und ich nehme dadurch viel Positives mit.“ (Junge, Jugendprojekt)

Die SchülerInnen erleben das Museum nicht nur als Ort des Schauens, sondern zudem als Ort, an dem man arbeiten kann. Möglich ist dies durch einen eigenen Raum, der mit Tisch und Stühlen sowie mit technischen Geräten wie z.B. Computern, Fernsehern, Videokameras und Fotoapparaten eingerichtet ist. Hier findet jedes Arbeitstreffen statt, bei dem geforscht, gefilmt, geprobt und geschrieben wird. Auch die halbjährliche Abschlusspräsentation findet im Museum, d.h. außerhalb der Schulräume, statt. Dazu lädt das Überseemuseum alle ein, besonders Familien und Nachbarklassen aber auch die „normalen“ MuseumsbesucherInnen. Dies ist ein großer Tag für die Jugendlichen. Für viele ist es das erste Mal, dass sie vor Publikum sprechen. Stolz und gleichzeitig aufgeregt stellen sie sich vor und erläutern am Projektstand ihre Arbeiten. Dass sie ihr Werk in einem öffentlichen Raum, den Ausstellungen, präsentieren und dass sich fremde Menschen dafür interessieren und es loben, steigert ihr Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl.

„Unsere Arbeit öffentlich vorzustellen und das Interesse fremder Leute an unserem Projekt hat uns sehr stolz gemacht und war ein guter Abschluss.“ (10. Klasse)

Selbständigkeit

In der Schule gibt es einen Unterrichtsplan, der vorgibt, welcher Stoff in den einzelnen Schulstufen behandelt wird. In diesem Rahmen sind die SchülerInnen es nicht gewohnt, einen Weg selbst zu wählen und zu bestimmen. Ansatz bei FIES dagegen ist es, die Jugendlichen selbst

▼ *„Essen & Trinken“: Auf dem Präsentationstag stellt die Gruppe ihr „Kochbuch der Kontinente – Jugend kocht international“ vor. Foto: © Überseemuseum*

entscheiden zu lassen, welches Thema sie bearbeiten und in welcher Form sie es präsentieren möchten. Eine Gruppe Jugendlicher beschäftigte sich beispielsweise mit „Körperschmuck“ und zeigte dazu eine Fotoausstellung und eine Videodokumentation. Eigeninteresse und kreatives Handeln stehen im Vordergrund und sollen die Motivation und den Spaß an der Sache steigern. Sie lernen, ihre Meinung zu äußern, Möglichkeiten abzuwägen und Kompromisse zu schließen. Es bedeutet gleichzeitig für die Jugendlichen, die Verantwortung für ihre Entscheidungen und Arbeiten zu übernehmen. Der Projektverlauf ist offen und verlangt selbstgesteuertes Arbeiten. Ist diese Unwissenheit über das Kommende zu Beginn noch verunsichernd, steigt die Identifizierung mit dem Projekt, je konkreter später an der Umsetzung der eigenen Forschungsergebnisse gearbeitet wird.

„Das Projekt hat uns Spaß gemacht, weil wir aktiv beschäftigt waren. Da wir uns das Thema selber ausgesucht hatten, konnten wir eigene Ideen einbringen.“ (10. Klasse)

Wer forschen will, muss auch auf Unbekanntes zugehen. Im FIES-Projekt werden die Jugendlichen ermuntert, auch mit anderen Personen als Eltern, SchülerInnen und LehrerInnen in Kontakt zu treten. Sie sollen ihre Forschung so weit es geht selbständig betreiben und treffen so auf unbekannte Menschen, denen sie anders begegnen müssen, als sie es bislang aus Situationen in Schulalltag und Familienleben gewohnt sind. Sie üben, wie man gegenüber Fremden, z.B. Interviewpartnern, auftritt oder mit Profis etwas produziert: Wie erfahre ich am ehesten von Passanten, welche Feiertage sie kennen? Wie ist es, mit einem Grafiker zusammenzuarbeiten? Wie verhalte ich mich im Umgang mit Publikum?

„Das FIES-Projekt ist eigentlich gut, weil es mir Spaß macht, im Museum zu sein und mit Profis zu arbeiten…“ (Mädchen, 8. Klasse)

Nachhaltigkeit

Für jede Gruppe ist eine Projektdauer von sechs Monaten vorgesehen, in denen sich die Jugendlichen kontinuierlich mit einem Thema auseinandersetzen und gemeinsam auf ein Ziel hinarbeiten. Dies ermöglicht es, eine Reihe von nachhaltigen Kompetenzen zu erwerben, die sie später bei ihrer Berufswahl, Bewerbung und im Beruf nutzen können. Bei einer Gruppenarbeit ist das Üben von Teamarbeit angesagt. Wer ist für was verantwortlich? Was muss nächstes Mal besser klappen? Verantwortungsbewusstsein, Kompromissbereitschaft, gegenseitige Kritik und Unterstützung, Verlässlichkeit, Mut und Einsatzbereitschaft bestimmen das Resultat, das die Jugendlichen am Ende vorweisen. Der Abschlusstag bietet die Gelegenheit, Erfahrungen darin zu sammeln, wie man sich präsentiert. Dass sie trotz mancher Tiefphasen im Projekt durchgehalten haben und ein tolles Ergebnis vorzeigen konnten, macht die Jugendlichen besonders stolz. Neben den sozialen und personalen Kompetenzen erwerben sie auch Kenntnisse im Umgang mit Medien (Kamera, Computer etc.) und verschiedenen Methoden (Interviewführung, Literaturrecherche etc.).

„Das Projekt war anstrengend und mühsam, nichtsdestotrotz haben fast alle mitgezogen und sich gegenseitig unterstützt!“ (10. Klasse)

Identität

Die Jugendlichen befinden sich gerade in einer Lebensphase der Neuorientierung. Das FIES-Projekt bietet den SchülerInnen einen geeigneten Freiraum, für den im Schulalltag oft kein Platz bleibt. Es ist die Zeit, sich vom Kinderleben zu verabschieden und in Abgrenzung zu Eltern und Freundeskreis eine eigene Identität zu finden. Bei FIES sind die Jugendlichen aufgefordert, sich mit einem Thema zu beschäftigen, das Teil ihrer Alltagswelt ist und zu dem sie eine persönliche Beziehung haben. Das gibt ihnen die Chance zur Selbstreflexion und Orientierung: Was ist wichtig für mich? Wie sollen mich andere sehen? So haben z.B. die SchülerInnen einer 8. Hauptschulklasse untersucht, welche Bedeutung die Musik in ihrem Leben spielt: Warum hören wir unterschiedliche Musikrichtungen? Welche Gefühle löst Musik bei mir aus und warum ist sie mir wichtig?

„Das war genau die Abwechslung, die wir als Kontrast zum Musikunterricht gebraucht haben. Durch das Schreiben unserer Musikgeschichten haben wir uns selber besser kennengelernt.“ (8. Klasse)

Das FIES-Projekt verfolgt einen interkulturellen Ansatz. Das ergibt sich zum einen aus dem Umstand, dass in den meisten Schulklassen Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund sitzen und zum anderen aus dem ethnologischen Sammlungsansatz des Überseemuseums. Es ist wichtig, dass Jugendliche auch in ihrer interkulturellen Kompetenz gefördert werden. Objekte und Themen, die im Überseemuseum zu finden sind, bieten genügend Anlässe, um sich über Fremdes und Vertrautes auszutauschen. Die Jugendlichen erfahren, wie Menschen in anderen Ländern leben, setzen dies in Beziehung zu ihrem eigenen Leben und spannen so den Bogen vom Regionalen zum Globalen. Im Vergleich mit anderen Kulturen zeigen sich Unterschiede, aber auch manche überraschenden Gemeinsamkeiten. Die Jugendlichen können sich in Offenheit und Neugier, Toleranz und Vorurteilsfreiheit üben. Vor allem MigrantInnen, die in zweiter oder schon dritter Generation in Deutschland leben, können sich mit ihrer Familiengeschichte und -identität auseinandersetzen. Gleichzeitig werden deutschstämmige Jugendliche dafür sensibilisiert, was es heißt, in zwei Kulturen zu leben.

„Wir haben viel über die verschiedenen Kulturen in unserer Klasse erfahren.“ (Mädchen, 9. Klasse)

Fazit

Eine der Hauptaufgaben der Museen ist das Sammeln von Objekten. Hier stehen materielle Güter aus verschiedenen Zeiten und Orten als Ausdruck kultureller Identität beieinander. In dieser Funktion unterscheiden sich die Bildungseinrichtungen Museum und Schule erheblich voneinander. Im Museum können sich die Jugendlichen nicht nur mit realen Gegenständen auseinandersetzen, sondern es entsteht durch die Anschauung von Objekten auch eine andere Form der Kommunikation. Zum einen vertiefen sich durch sinnliche Wahrnehmung Eindrücke und Erfahrungen, zum anderen wird ein wertfreier Austausch möglich. Jede Person ist gleichberechtigt aufgefordert, ihre Erfahrungen und Wahrnehmungen beizusteuern. Dadurch werden Perspektiven aufgezeigt, hinterfragt, bestätigt oder aufgegeben. Die Reaktionen und Äußerungen zeigen, dass die Jugendlichen von der Teilnahme an einem Museumsprojekt profitieren: Das Museum gibt ihnen einen Raum zur Entfaltung, den ihnen die Schule nicht bieten kann.

„Sich anderen Dingen öffnen lernen.“
(Junge, 8. Klasse)

Birte Stüve, Museumspädagogin
Überseemuseum Bremen
Bahnhofsplatz 13
28195 Bremen
www.uebersee-museum.de/fies

Stadtgeschichte und Kunst für Jugendliche

Oder: Das Abenteuer Partizipation

Mareike Ballerstedt/Cornelia Deckert

Zweieinhalb Jahre lang boten das Kulturhistorische Museum und das Gymnasium Augustum in Görlitz unter gemeinsamer Regie eine „Museums- und Kunst-AG“ an. Das Angebot richtete sich als freiwillige Nachmittagsveranstaltung an alle Görlitzer Schülerinnen und Schüler ab der 5. Klasse und fand alle 14 Tage statt.

Ziel war es, einen Stadtführer für Kinder zu entwickeln und im Rahmen dieses Projektes das Ausprobieren und Vertiefen künstlerischer Techniken mit stadtgeschichtlichen Inhalten zu verbinden. Um es vorwegzunehmen – diesen Stadtführer gibt es bis heute nicht. Dafür sind andere, z.T. mindestens ebenso nachhaltige „Produkte“ entstanden, und alle Beteiligten haben an diesem Projekt viel darüber gelernt, was es bedeutet, mit partizipativen Ansätzen zu arbeiten.

So sollen in diesem Beitrag neben einigen Ergebnissen vor allem einige „Stationen“ und Erfahrungen betrachtet werden.

Kleine Ausstellung der Arbeiten der AG-TeilnehmerInnen im Kulturhistorischen Museum

Zwischen 10 und 15 Schülerinnen der 5. – 10. Klassen beteiligten sich mit großem Engagement und viel Kreativität, die meisten von ihnen über die gesamten zweieinhalb Jahre.

Die AG-Nachmittage fanden sowohl in der Schule statt, wo ein Kunstraum den richtigen Rahmen für alle künstlerischen Aktivitäten gab, als auch im Museum und in der Stadt. Mit dem Ziel, einen Stadtführer zu erstellen, näherten wir uns zunächst verschiedenen Kapiteln aus der Görlitzer Stadtgeschichte: Besuche im Kulturhistorischen Museum mit Erkundungen einzelner Ausstellungsabschnitte, Sonderausstellungen und Besuche der drei noch erhaltenen Türme der mittelalterlichen Wehranlangen wechselten sich ab mit Exkursionen in die Stadt zu Themen wie z.B. der Architekturgeschichte, für die die Görlitzer Altstadt von der Gotik bis zur Gründerzeit eine Fülle von Anschauungsobjekten bietet. Ein anderes Thema waren die Görlitzer Sagen, deren Handlungen fast alle an bestimmten historischen Gebäuden festzumachen sind. Die während der Exkursionen skizzierten architektonischen Details und Fassaden der Häuser wurden anschließend in der Schule in verschiedenen Techniken umgesetzt. Unterschiedliche Drucktechniken wurden ausprobiert, Scherenschnitte, Tuschzeichnungen, farbliche Umsetzungen und Abstraktionen entstanden. Die Zusammenarbeit machte allen Beteiligten viel Freude, und so wurde die AG z.B. als dreitägige Veranstaltung auf die Projekttage ausgeweitet.

Es wurde schnell klar, dass es mehr Zeit als ein Schulhalbjahr erfordern würde, um den Kinderstadtführer zu erstellen.

▼ *Linolschnitt vom Renaissancegiebel am Untermarkt, Görlitz*

Ein Projekt mit vielen Partnern, ...

Das Projekt bekam inhaltlich noch einmal einen neuen Impuls, als wir von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz einen Förderpreis im Rahmen des Wettbewerbes „Denkmal macht Schule“ erhielten. Dieser Preis wird für Projekte ausgelobt, die sich Fragen des Denkmalschutzes, des Bewahrens und Erhaltens, technischer Details der Denkmalpflege etc. widmen.

Unsere Gruppe hatte diesen Preis zusammen mit einer 9. Klasse erhalten, die sich im fächerverbindenden Unterricht in Kleingruppen mit einzelnen Themen der Denkmalpflege und der Stadtgeschichte beschäftigten; die Ergebnisse sollten mit in den Stadtführer einfließen.

Im Rahmen der Museums- und Kunst-AG besuchten wir eine Restauratorin bei ihrer Arbeit in einem Haus aus der Renaissance (in dem die älteste Toilette der Stadt gefunden wurde, was wiederum ein ganzes Projektteam zu weiteren Forschungen inspirierte...). Wir luden einen Kollegen aus der Denkmalpflege ein, der auf einem Stadtspaziergang quer durch die Jahrhunderte mit uns das Sehen-Lernen übte. Dieses Sehen-Lernen war ein zentrales Anliegen des Projektes: Die Wahrnehmungsfähigkeit der Jugendlichen zu schärfen für die historischen Spuren (die sie in ihrer unmittelbaren Alltagsumgebung täglich sehen können, die sie hinsichtlich der historischen Ereignisse und Prozesse „befragen“ können) und für die architektonischen Merkmale (die ihnen Auskunft geben über die Zeiten und den Kontext, in denen die jeweiligen Gebäude entstanden sind).

Ein nächster Schritt war zu vermitteln, wie man weitere Informationen über die historische Nutzung der Gebäude, vielleicht sogar noch über deren Erbauer erlangen kann. Hier nur ein Beispiel für unser Vorgehen: Die Jugendlichen wählten das Scharfrichterhaus in der Görlitzer Nikolai-Vorstadt aus, das gerade zur Jugendbauhütte umgebaut wurde, also auch als Baustelle zu besichtigen war. Es wurden Termine mit den Architekten und betreuenden Denkmalpflegern vor Ort gemacht, es wurde gezeichnet und skizziert. Es wurden Unterlagen aus dem Archiv zu Rate gezogen – und eine spannende historische und gedankliche Welt tat sich hinter dem Beruf des Scharfrichters auf. Auf Stadtansichten aus verschiedenen Jahrhunderten wurde im Kulturhistorischen Museum recherchiert, ab wann und wie das Gebäude im Laufe der Zeit abgebildet war. Es entstand nicht nur eine

Dokumentation über das Scharfrichterhaus, sondern – als Baustein für unseren Stadtführer – auch ein Quiz für Familien mit allerlei interessanten Details aus der Geschichte dieses Hauses.

...vielen Ergebnissen...

Die Idee der Bausteine stellte sich schließlich als eine geeignete Form heraus, die vielfältigen „Entdeckungen“ und Ergebnisse der Erkundungen der beteiligten Jugendlichen in offener Form zusammenzuführen. So entstanden einige „kulturhistorische Spaziergänge für die ganze Familie“, die zu einem anregenden und informativen Spaziergang durch die eigene Stadt animieren sollten.

Außerdem wurden Ausstellungen mit den erarbeiteten Kunstwerken im Museum und anlässlich des Tages des offenen Denkmals in einem zuvor von der AG besuchten historischen Wohnhaus gezeigt.

In dieser Zeit entstanden eine Reihe von museumspädagogischen Führungsblättern durch verschiedene Abteilungen des Kulturhistorischen Museums Görlitz für alle Kinder, die das Museum mit ihrer Familie oder Klasse ohne eine personal vermittelte Führung o.a. Angebote besuchen (auch diese durch einen Sonderpreis zur Entwicklung von Lehrmaterialien durch die Deutsche Stiftung Denkmalschutz gefördert).

Neben altersgerecht aufgearbeiteten Informationen zu den einzelnen Museumsgebäuden, Ausstellungsbereichen und besonderen Objekten beinhalten die Arbeits-

▼ *Das Renaissance-Gebäude am Untermarkt, Görlitz*

bögen mit dem Titel „Reisen in die Geschichte der Stadt Görlitz“ Rätsel, Bastelanleitungen und spielerische Elemente. Auch hier floss ein Teil der Ergebnisse der AG ein. Die Schülerinnen der AG leisteten wertvolle Beiträge, z.B. durch ein Such- und Fragespiel für den zum Museum gehörenden Reichenbacher Turm, durch Beiträge zu den Sagen oder durch die Entwicklung eines „Maskottchens“, einem kleinen Drachen, der in den Führungsbögen auftaucht, um die interaktiven oder die von den Jugendlichen entwickelten Beiträge kenntlich zu machen.

Im Laufe der zweieinhalb Jahre konnte man beobachten, wie die Schülerinnen sich mehr und mehr im Museum zu Hause fühlten, einer Institution, der sie vorher eher indifferent, wenn nicht ablehnend, gegenübergestanden hatten. Sie waren z.B. während der Museumsnächte eingeladen, in einer „Museumswerkstatt“ mit künstlerischen Angeboten zu den jeweiligen Sonderausstellungen die Teilnehmer mit anzuleiten. Die Verantwortung, die sie dabei trugen, ließ sie schon im Vorfeld mit großer Ernsthaftigkeit die Vorbereitungen treffen, von Überlegungen zu den organisatorischen Abläufen bis hin zum Ausprobieren der angebotenen Techniken und wie man sie am besten vermittelt. Souverän meisterten sie den großen Andrang in diesen Nächten, in denen sich neben eifrigen Kindern auch viele Erwachsene von den Schülerinnen der Museums- und Kunst-AG in die Geheimnisse der Monotypie einführen ließen, Drucktechniken ausprobierten und stolz ihre selbstgefertigten Kunstwerke nach Hause trugen.

...und einigen Abenteuern

Im Rückblick liest sich das ganze Projekt vielleicht wie ein großer Blumenstrauß an Möglichkeiten und Ergebnissen. Und so fühlten wir uns auch alle in der Tat sehr durch diese Erfahrungen bereichert. Allerdings war uns „unterwegs“ nicht immer so klar, wo die Reise hingehen würde. Es war von Anfang an unsere Intention, die Teilnehmerinnen des Projektes in dessen Planung einzubeziehen und gemeinsam den „Kurs zu bestimmen“.

Dabei wurde eine Diskrepanz deutlich zwischen der Ergebnisorientierung, mit der wir gewöhnlich an Vorhaben herangehen, und einem ergebnisoffenen, prozessorientierten Arbeiten, das Voraussetzung für jede Form einer Partizipation im Sinne von gleichberechtigter Beteiligung auch an den Entscheidungen ist.

Ergebnisoffenes Arbeiten – nicht zu verwechseln mit Ziellosigkeit!! – erfordert ein Umdenken in mehrerlei Hinsicht: Es beginnt bei den internen Entscheidungsprozessen im Hause, wenn es um die Frage geht, in welche Projekte Zeit, Manpower und finanzielle Ressourcen investiert werden sollen – auch hier beherrscht normalerweise eine ergebnisorientierte Argumentationen die Diskussion.

Es erfordert aber vor allem auch ein Umdenken der Lehrenden selbst in Bezug auf die eigene Rolle. Wenn man den Unterricht oder eine Veranstaltung plant, weiß man, welche Inhalte vorkommen werden und kann sich dementsprechend vorbereiten, sich einen Wissensvorsprung erarbeiten und während der Veranstaltung selbst lenkend eingreifen. Diese Rolle verändert sich in einer ergebnisoffenen Arbeit hin zu einer Mediatoren- oder Vermittlerrolle: Man ist zwar durchaus auch als inhaltlicher Mentor gefragt, aber viel mehr noch als ein Begleiter von Prozessen – von gruppendynamischen Prozessen ebenso

wie von Phasen der Orientierungssuche, der Ideenfindung, aber auch von Frust und Lustlosigkeit.

Auch in diesem Zusammenhang war es sehr hilfreich, in einem Team aus Kunstlehrerin und Museumspädagogen zu zweit oder zu dritt zu arbeiten, nicht nur, weil wir als Museumsmitarbeiter die klassische Lehrer-Schüler-Situation aufbrechen halfen, sondern auch, weil wir gemeinsam Prozesse aus verschiedenen Perspektiven reflektieren und das weitere Vorgehen überlegen konnten.

Auch die Jugendlichen fühlten sich manchmal überfordert mit der Verantwortung, die sie nun durch die eigene Beteiligung an Überlegungen und Entscheidungen trugen. Aber gerade in solchen Momenten zeigte es sich, dass eine gleichberechtigte Form der Zusammenarbeit auch Bindungen entfaltet – die Beteiligten miteinander und mit der Idee verbindet, was zu einer hohen Einsatzbereitschaft für das Projekt führt, die mehrfach über solche Durststrecken hinweghalf. Und letztlich hat diese Erfahrung dazu ermutigt, auch in einer zweiten Hinsicht neu über die Rolle als Vermittler nachzudenken: Dadurch, dass Raum geschaffen war für die eigenen Stärken, Sichtweisen und die Kreativität der Jugendlichen, hat sich vieles entfaltet, was wir in der Form im voraus gar nicht hätten planen können.

Wie an diesem Beispiel deutlich wird, sind solche partizipativen Formen der Zusammenarbeit eher längerfristig anzulegen (wobei es keinesfalls zweieinhalb Jahre sein müssen). Ihre Begleitung erfordert ein relativ hohes Maß an Zeit – und damit ein hohes Maß an Bereitschaft, personelle und somit über die Personalkosten auch finanzielle Ressourcen einzusetzen, wofür dem Kulturhistorischen Museum und dem Gymnasium Augustum an dieser Stelle noch einmal herzlich gedankt sei.

Mit vielseitiger Unterstützung externer Partner wie der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, der Freundeskreise des Museums und des Gymnasium Augustum gelang es uns auch darüber hinaus, Mittel zu akquirieren für die Produktion „sichtbarer“, vorzeigbarer und anwendbarer Ergebnisse. Ein „krönender Abschluss“ des Projektes war (obwohl wir uns alle darin einig waren, dass eigentlich der Weg das Ziel ist) der Farbdruck eines Kalenders für 2005 mit 13 der entstandenen Kunstwerke. Er war mit liebevollem Einsatz auch der beteiligten Grafiker entstanden und mit großem Engagement seitens der Schülerinnen bis Weihnachten 2004 verkauft. Durch diese Aktion erreichten das Projekt und die beiden beteiligten Institutionen „nebenbei“ auch noch eine positive Resonanz in der Öffentlichkeit.

Eine Idee zieht Kreise

Es ist ermutigend zu sehen, wie viele Ideen und Ergebnisse im Laufe dieses Projektes entstanden, die über unsere anfänglichen Planungen und Zielsetzungen weit hinausgingen, wie viele Partner uns auf dem Wege unterstützten und dass das Projekt noch über das Ende der Museums- und Kunst-AG hinaus wirkt.

Auch wenn die Veranstaltungen im Rahmen der AG vielleicht zum kleineren Teil im Museum stattfanden, wurden sie doch auch von den Schülerinnen durch die Person der Museumspädagogen immer im Zusammenhang mit dem Museum gesehen. Das Engagement der Schülerinnen z.B. in den Museumsnächten zeugt von der Verbundenheit, die die Schülerinnen im Laufe der Zeit für das Museum entwickelten. Die häufige Präsenz dieses Projektes in der Schule sowie Projektpräsentationen im Schulgebäude, die Einbeziehung einer ganzen Klasse in den Wettbewerb der Deutschen Stiftung Denkmalschutz u.a. haben dazu beigetragen, dass das Kulturhistorische Museum in der Wahrnehmung der Lehrer sehr viel fester und konkreter verankert ist. Die Idee, einen Kinderstadtführer als Bausteinsystem zu organisieren, hat dazu angeregt, die Auseinandersetzung mit Stadtgeschichte, Architekturgeschichte, Denkmalpflege etc. auch in andere Klassen und Kurse hineinzutragen, und dies mit dauerhafter Perspektive. So sind seither u.a. Oberstufenarbeiten zu mehreren historischen Gebäuden der Stadt entstanden und öffentlich präsentiert worden.

Und wer weiß, vielleicht fließen die Beiträge eines Tages doch noch einmal zusammen, z.B. in einem Görlitz-Stadtführer für Kinder und ihre Familien.

Mareike Ballerstedt M.A.
bis 2005 am kulturhistorischen Museum Görlitz für Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich; inzwischen Referentin für Öffentlichkeitsarbeit am Focke-Museum, Bremen
Peter-Sonnenschein-Straße 31
28865 Lilienthal
mareike.ballerstedt@gmx.de

Cornelia Deckert, Kunstlehrerin
Gymnasium Augustum
Klosterplatz
02826 Görlitz

Ausstellungen gestalten – mit und für Jugendliche

Jana Mühlstädt-Garczarek

„Kinder und Jugendliche sind die Zukunft des Gemeinwesens. Das Wissen, das junge Menschen während ihres Heranwachsens erwerben, ihre Werthaltungen, Motivationen und Fähigkeiten sind maßgebend für ihr späteres Verhalten als Erwachsene. Das, was Kinder und Jugendliche erfahren und lernen, prägt in erheblichem Maße ihre spätere Einstellung zur Gemeinschaft und zu Traditionen. … Dass die Bildung hierfür eine zentrale Rolle spielt, ist unumstritten.“[1] Für diese Aufgabe stehen auch Museen und Ausstellungen als außerschulische Lernorte in der Verantwortung. In Torgau, im Jugendbildungsprojekt *wintergrüne,* stehen Jugendliche hingegen im Zentrum der gesamten Ausstellungs- und Vermittlungsarbeit.

Mit allen Sinnen erleben

Das Jugendbildungsprojekt *wintergrüne* ist kein klassisches Jugendbildungsprojekt, gleichfalls kein Museum. Es arbeitet mittels einer nicht-musealen bzw. didaktischen Ausstellung[2], deren einziger Zweck in der Vermittlung besteht. Kernstück und Ausgangspunkt der Arbeit des Jugendbildungsprojektes *wintergrüne* ist die, aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) geförderte, multimediale Erlebnisausstellung zur Welt der Werte „Wurzeln und Flügel – Perspektiven des Lebens“, die gemeinsam mit Jugendlichen aus der Region Torgau entwickelt wurde.

Jugendliche gestalten ihre Ausstellung

1. Inhaltlich:

Unter Anleitung von professionellen Ausstellungsmachern entstand in Zusammenarbeit mit den Jugendlichen vor Ort – von der Wahl des Ausstellungsthemas, über die Entwicklung einer konkreten Ausstellungskonzeption und Ausstellungsbeiträgen – eine zielgruppenorientierte Ausstellung von Jugendlichen für Jugendliche, die inhaltlich an die Erfahrungswelten von Jugendlichen anknüpft.

In regelmäßigen außerschulischen Treffen erfolgte die Erarbeitung und Realisierung des Ausstellungskonzeptes. Die Jugendlichen recherchierten zum Themenfeld „Welt der Werte“, halfen bei der Auswahl von geeignetem Bildmaterial und bei der Herstellung von Videosequenzen. Sie fotografierten für die Ausstellungspräsentation, schrieben Geschichten für die Hörinstallationen und legten in Zusammenarbeit mit den Ausstellungsfachleuten (Ausstellungsgestalter, Medienagentur, Projektmanagement, Ausstellungsarchitekt) inhaltliche Rahmenbedingungen fest. So arbeiteten sie an Treatment und Storyboards mit.

Interessant war für den inhaltlichen Entwurf der Ausstellung, wo sich Jugendliche zu Hause fühlen, was ihnen Geborgenheit und Sicherheit vermittelt. Daneben war bedeutsam, wie sich Jugendliche ihre Zukunft vorstellen, welche Träume sie haben und wie ihr Leben in ein paar Jahren aussehen soll. Die Ausstellung „Wurzeln und Flügel“ greift das Spannungsfeld zwischen Wagnis und Sicherheit auf, in dem sich Jugendliche und junge Erwachsene befinden. Flügel stehen für Wagnis, Mobilität, für die Fähigkeit mit Veränderungen umzugehen und sich zu neuen Ufern aufzuschwingen. Wurzeln sind das Sinnbild für Geborgensein und Sicherheit.

2. Gestaltung und Design:

Ansatzpunkte in diesem Bereich waren die Fragen: Was sind jugendgemäße Ausstellungen? Wie sollten aus der Sicht von Jugendlichen Ausstellungen gestaltet sein? Wie sieht eine jugendgemäße Infrastruktur in Museen und Ausstellungshäusern aus?

Um diese Fragen zu beantworten, besuchte die Arbeitsgruppe einzelne Museen, Ausstellungen und kommunikative Lernorte, z.B. die interaktive Ausstellung „Anne Frank. Ein Mädchen aus Deutschland“ in der Jugendbegegnungsstätte Anne Frank, Frankfurt am Main. Mittels Fragebogen wurde festgehalten, ob und wie die Häuser ausgestattet sind. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Präsentation der Inhalte und Objekte, Verständlichkeit der Objektbeschriftung, mediale Ausstellungsarchitektur und Vermittlungsmethodik gelegt. In einer abschließenden Arbeitsrunde in Torgau wurden die Fragebögen ausgewertet, Beobachtungen diskutiert und Verbesserungsvorschläge in das eigene Arbeitskonzept integriert. So wünschten sich die Jugendlichen zum Beispiel keine Glasvitrinen und Schautafeln, sondern „etwas“, was verschiedene Sinne berührt und dadurch, ihrer Meinung nach, im Langzeitgedächtnis verbleibt.

Die eigentliche Ausstellungsarchitektur (Möbel und Ausstellungsbauten) entwarfen die Ausstellungsfachleute. Die Jugendlichen hatten jedoch die Möglichkeit, Änderungsvorschläge einzubringen und aus mehreren Gestaltungsvorschlägen auszuwählen.

Insgesamt hat sich das Jugendbildungsprojekt *wintergrüne* beim Ausstellungsdesign konzeptionell für multimediale Erlebnisausstellungen entschieden. Der Hands on!-Ansatz ermöglicht, *„entgegen dem traditionellen, musealen Grundsatz des kontemplativen Anschauens, … Besucher durch Partizipation und Interaktion in Ausstellungen zu beteiligen.“*[3] Ausstellungsinhalte werden nicht zu unberührbaren Objekten, sondern die inszenierten Medienwelten (Projektionen, Computeranimationen, Medieninstallationen etc.) werden erst durch Aktivität der Ausstellungsbesucher belebt. Jugendliche erleben mit allen Sinnen und werden ganzheitlich angesprochen. *„Zu den Prinzipien der Partizipation und Interaktion gehört es,*

lebensweltlichen Bezügen große Bedeutung beizumessen.“[4] Die Installationen erinnern an die Alltagswirklichkeit, lösen aber auch Irritationen des Selbstverständlichen aus. Die Ausstellung ist eine Zeitreise zum Anfassen. Die Räume sind als Wohnung eingerichtet und jeder Raum ist einer spezifischen kindlichen Entwicklungsstufe zugeordnet.

Das folgende Beispiel verdeutlicht die Entstehung der Applikation „Mutprobe“ im Ausstellungsraum „Küche“. Diese sollte in eine überdimensionierte Küchenzeile eingebaut werden und aus Eingriffsmöglichkeiten (Öffnungen mit Krempen) bestehen, in welche man hineinfassen und eine Reaktion erleben kann. Die Vorschläge der Jugendlichen für die Befüllung der Öffnungen reichten von „man greift hinein, es passiert nichts, aber man hört Bienengeräusche“ über „Glasperlen zum Anfassen, die aber nicht herausnehmbar sind“ bis hin zu „Luft, die auf die Hand gepustet wird“. Gemeinsam mit den Ausstellungsfachleuten wurden die Entwürfe diskutiert und die realisierbarsten Vorschläge umgesetzt.

3. Öffentlichkeitsarbeit:

Auch im Bereich der Entwicklung öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen waren die Ideen der Jugendlichen gefragt, z.B. beim Entwurf des Ausstellungsplakates oder der Flyer. Eine Schülerin zeichnete z.B. einen modernen Engel im Mangastil. Ihr Entwurf wurde dann in der Gruppe diskutiert und für das Plakatdesign bestätigt.

Arbeit mit der fertigen Ausstellung „Wurzeln und Flügel“

Am 3. Juli 2004 wurde das Jugendbildungsprojekt *wintergrüne,* mit der aktuellen Ausstellung „Wurzeln und Flügel – Perspektiven des Lebens“ eröffnet.

Durch die Mitarbeit von Jugendlichen konnte eine Ausstellung realisiert werden, die sich an ethischen Fragen, Bedürfnissen und Themen der jugendlichen Zielgruppe orientiert und die nach Fertigstellung als Ausgangspunkt für offene Bildungsangebote genutzt werden kann.

Derzeit bietet das Jugendbildungsprojekt *wintergrüne* jugendlichen Besuchern ein umfangreiches Begleitprogramm, in welchem über museumspädagogische Ansätze in Workshops und Erlebnisführungen die Inhalte der Ausstellung vertieft werden. Am Lehrplan Ethik, Religion und Gemeinschaftskunde orientiert, ist es Ziel der Angebote, Jugendliche im Alter zwischen 12 und 25 Jahren bei der Frage nach der eigenen Identität zu unterstützen und ethische Kompetenzen zu fördern.

In den ca. sechzigminütigen Erlebnisführungen gibt es keinen herkömmlichen Gang durch die Ausstellung mit Erläuterungen durch einen Ausstellungsführer. Jeder Besucher begibt sich ganz individuell auf seine Zeitreise, kann sich selbst Gedanken machen und die Installationen auf sich wirken lassen. Mittels „museumspädagogischer“ Aktivblätter geben wir Fragen und Anregungen mit, die sie für das Themenfeld der Ausstellung „Wagnis und Sicherheit“ sensibilisieren. Zusätzlich werden größere Gruppen geteilt, um den Erlebnischarakter der Ausstellung zu erhalten und spielerisch Meinungen und Einstellungen zum Ausstellungsthema zu bearbeiten. Wo sind deine Wurzeln? Was beflügelt dich? Eine gemeinsame abschließende Gesprächsrunde gibt Raum für die Auswertung der Aktionen, für Diskussionen und Fragen.

Fazit

Die überaus positiven Erfahrungen aus der Umsetzung des beschriebenen Ausstellungsprojektes können wie folgt als Thesen für die Entwicklung von Ausstellungen und ausstellungspädagogischen Angeboten zusammengefasst werden:

1. Entwickeln Sie nicht nur *für,* sondern gemeinsam *mit* der Zielgruppe Ausstellungen und museumspädagogische Veranstaltungen!
2. Beziehen Sie ihre Zielgruppe in die Öffentlichkeitsarbeit ein!

Jana Mühlstädt-Garczarek
Leiterin Jugendbildungsprojekt wintergrüne
Wintergrüne 2
04860 Torgau
info@wintergruene.de

[1] Beate Weber: Jugend und Politik – eine der zentralen kommunalpolitischen Herausforderungen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit, In: Aspekte gegenwärtiger Jugendkultur: Ansichten – Ideen – Projekte, Weinheim-Basel-Berlin 2003, S. 13.

[2] Vgl. Klaus Weschenfelder, Wolfgang Zacharias: Handbuch der Museumspädagogik, Düsseldorf 1992, S. 27-28.

[3] Gabriele König: Kinder- und Jugendmuseen, Berliner Schriften zur Museumskunde Band 16, Opladen 2002, S. 98-99.

[4] Ebd.

komma klar…ey

Regionale Servicestelle Jugendbeteiligung Halle

„Jugendliche haben keinen Bock was zu machen! Jugendliche sind viel zu unerfahren und faul, um allein was auf die Beine zu stellen! Jugendliche machen sich mehr Gedanken übers Aussehen als über ihre Zukunft!“

Ach ja? Das erleben wir aber ganz anders!

‚klar! [sprich: komma klar], die Regionale Servicestelle Jugendbeteiligung Halle, existiert seit 2003. Die Jugendinitiative folgt der Philosophie „Jugend für Jugend“. Die Aktiven sind zwischen 15 und 26, wie ihre selbstbestimmte Zielgruppe auch. In den Jahren hat *‚klar!* eigene Schwerpunkte und gleichzeitig ein eigenes Profil entwickelt. Die Vision der jungen Leute dabei ist, qualitativ hochwertige und effektive Jugendbeteiligung auf allen gesellschaftlichen Ebenen in Halle zu ermöglichen.

Ihre Arbeit fußt auf fünf Säulen:

1. Information

Das Ziel ist, jugendrelevante und regionale Informationen auf verschiedenen Kommunikationswegen bereitzustellen. Vielfältige Hinweise, angefangen vom Kontakt zum Jugendamt, über aktuelle Workshopangebote und Seminare, bis hin zu Finanzierungsmöglichkeiten von Projekten bieten sie ihren peers auf der Internetseite www.sjb-halle.de sowie ihrer Bibliothek und Infothek im Büro-„der unbegrenzten Möglichkeiten“ an.

2. Beratung

Das Team von *‚klar!* hat unterschiedliche Engagementerfahrungen (unter anderem in Schüler-, Kunst- und Umwelt- oder historischen Forschungsprojekten) gemacht und gibt jetzt das dadurch erlangte Wissen durch Beratungen weiter. *„Projektemacher kommen mit unterschiedlichen Bedürfnissen zu uns“* sagt David Bode, der gerade von einem Coachingseminar für junge Berater zurückkommt. *„Beispielsweise brauchen sie Unterstützung dabei, ihre Projektidee überhaupt in Text fassen zu können, bestehende Probleme zu lösen oder bestimmte Informationen zu erhalten“.* Jugendliche bekommen bei der Jugendinitiative eine intensive und umfangreiche Beratung; natürlich bedarfsorientiert.

3. Vernetzung

Jedes Projekt hat verschiedene Ressourcen und stößt in der Arbeit auf diverse Herausforderungen. Warum sollen nicht auch andere davon profitieren können! *,klar!* versteht sich als Networker für Jugendbeteiligung in der Region Halle. Dafür organisieren sie Vernetzungstreffen, Projektbesuche oder auch Seminare und Workshops, um alles, von gemeinsamen Visionen bis hin zu konkreten Verabredungen, an einem Ort zu bündeln. Somit entstand im Laufe der Zeit ein großer Ressourcenpool, den junge Menschen unkompliziert nutzen, erweitern und verdichten können.

4. Qualifizierung

Qualifizierung heißt: Kompetenzen durch ständige Weiterbildungen auszubauen. Zum einen ist das Team bestrebt, Methoden und Techniken der Projektarbeit zu lernen und aufzufrischen. Zum anderen schafft *,klar!* Angebote für junge Projektemacher. Wichtig ist, dass Methoden wie Moderation, Zeitmanagement, Projektmanagement und Fundraising auf alle Bereiche des Lebens fortwährend angewandt werden können. *„Wer was lernen will, besucht ein Seminar und erzählt den anderen im Team von seinem Neugewinn“,* so Bode weiter.

5. Finanzielle Förderung – Youthbank

Jugendprojekte brauchen oftmals nur wenig Geld, um ihre Projektträume zu verwirklichen. Eine Theatergruppe, die 400 Euro bei einer großen Stiftung beantragt, hat selten Chancen ohne eine Rechtsträgerschaft oder mindestens einen hauptamtlichen Ansprechpartner. Ein Modul von *,klar!* ist daher Youthbank, mit dem Jugendprojekte umkompliziert und schnell Anträge einreichen und mit maximal 400 Euro gefördert werden können. Dabei sind auch nur drei Kriterien zu erfüllen: Gemeinnützigkeit, Jugendlichkeit und Grundgesetzeskonformität. „Unbürokratisch und jugendlich“ lautet das Motto auch in diesem Fall. Seit Mai 2005 haben die Aktiven in Halle schon 47 Mikroprojekte fördern und beraten können. Diese fünf Säulen sind in Halle mittlerweile Basis für jugendliches bürgerschaftliches Engagement geworden. *„An der Anzahl der Beratungen, unseren Homepageabrufen und der Anzahl der geförderten Projekte sehen wir das ansteigende Interesse von jungen Menschen, ihre eigene Umwelt und damit ein Stück der Gesellschaft aktiv mit zu gestalten. Das ist so cool!“* erzählt David stolz vom Engagement bei *,klar!*

,klar!
Regionale Servicestelle Jugendbeteiligung Halle
Leipziger Straße 37
06108 Halle
Fon: 0345-685 70 40, Fax: 0345-470 13 56
info@sjb-halle.de
www.sjb-halle.de

Weitere Infos von und zu *,klar!:*

der landesweite Jugendengagementwettbewerb Freistil (www.freistil-lsa.de)

das Fördermodul Youthbank – more than money (www.youthbank.de)

das bundesweite Netzwerk Servicestelle Jugendbeteiligung (www.jugendbeteiligung.info)

Gestalterisches und theaterpädagogisches Arbeiten in der Gedenkstätte Hadamar

Regine Gabriel

1. Die Gedenkstätte Hadamar als Lernort für Kinder

Die Gedenkstätte Hadamar, die sich auf dem Gelände des Zentrums für soziale Psychiatrie befindet, ist ein Ort der Erinnerung an ca. 15.000 Menschen, die im Rahmen der NS-„Euthanasie"-Verbrechen ermordet wurden. Zwischen 1941 und 1942 wurden geistig behinderte und psychisch kranke Menschen Opfer der NS- Rassenideologie, die Menschen zu „lebensunwertem Leben" degradierte und ihnen somit ihr Menschsein nahm. Seit 1983 sind die authentischen Kellerräume mit den Überresten der Gaskammer, dem Sezierraum mit originalem Seziertisch und dem Standort der Krematorien als Gedenkstätte für BesucherInnen zugänglich. Der Friedhof, mit den Massengräbern der sog. zweiten „Euthanasie"-Phase, wurde bereits 1963 in eine Gedenklandschaft umgewandelt. Heute können BesucherInnen sich zudem durch die Dauerausstellung ausführlich über das Thema „Euthanasie" im Nationalsozialismus informieren. 2006 kam als neues Ausstellungselement die ehemalige Busgarage hinzu.

Kinder und Jugendliche als Besucher von Gedenkstätten können durchaus mit dem Thema Nationalsozialismus konfrontiert werden. Schon bei Neun- oder Zehnjährigen gibt es ein großes Interesse und ein ihrem Alter entsprechend breites Wissen über die NS-Zeit aus Erzählungen, Büchern und Fernsehsendungen. In diesem Alter entwickeln Kinder die Basis ihres moralischen Denkens, Empfindens und Handelns. Gedenkstätte kindgemäß „aufbereitet" kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten. „Kindgemäß" heißt z.B., Kinderschicksale aus der Zeit des Nationalsozialismus in den Blick zu nehmen und an die Lebenswirklichkeit der Kinder heute anzuknüpfen: Kennen sie Menschen mit Behinderungen aus ihrem eigenen Umfeld? Über Übungen und Spiele findet eine Annährung an das Thema statt. Daher wird in der Gedenkstätte Hadamar ein starker Akzent auf gestalterisches und theaterpädagogisches Arbeiten gelegt.

Erste Spielversuche in Limburg

Die Kinder und Jugendlichen sollen unmittelbar am Lernprozess beteiligt werden, indem dieser von ihnen eigenverantwortlich gestaltet und gesteuert wird. Dies ist in besonderer Weise durch das Theaterspiel in seinen vielfältigen Formen möglich.[1] Gestalterische und theaterpädagogische Methoden in der Beschäftigung mit dem Thema Nationalsozialismus erleichtern es, Kinder, Jugendliche und Erwachsene der Nachkriegsgeneration in ihrem

Alltag abzuholen und dennoch Parallelen zwischen damals und heute erfahrbar zu machen. *„…das Theaterspiel (ist) eines der machtvollsten Bildungsmittel, die wir haben: ein Mittel, die eigene Person zu überschreiten, ein Mittel der Erkundung von Menschen und Schicksalen und ein Mittel der Gestaltung der so gewonnenen Einsicht.“*[2]

2. Das Konzept des Pfingstprojektes 2006 – Walk Act und Theater der Unterdrückten

„Kinder leben und lernen in der Gedenkstätte Hadamar“ lautet das Motto, unter dem seit 2002 Projekttage über Pfingsten für Kinder ab 9 Jahren angeboten werden.[3] Für das Pfingstprojekt 2006 meldeten sich vier Mädchen und zwei Jungen im Alter zwischen 12 und 15 Jahren an, von denen fünf bereits an den vorangegangenen Veranstaltungen teilgenommen hatten. Das diesjährige Projekt fand in Kooperation mit der Spiel & TheaterWerkstatt Frankfurt statt. Das Thema lautete „Lebendige Bilder“ – ein Walk Act, also ein szenisches Straßentheater, das von der Improvisation lebt.

Zwei Bereiche der kreativen Auseinandersetzung mit dem Thema NS-„Euthanasie“-Verbrechen wurden miteinander verbunden. Zum einen beschäftigten wir uns mit einer kleinen Auswahl Bilder von John Elsas.[4] Die von ihm praktizierte Collagentechnik und die Knittelverse *(„Meine Bilder werden immer wilder“),* die seinen Bildern so viel Witz und Spitzfindigkeit geben, sollten die Grundlage für die Gestaltung eigener Bilder sein. Zunächst wurden seine Beispiele betrachtet und interpretiert.[5] Die Bilder der Kinder und Jugendlichen wie auch die Bilder von John Elsas dienten als Grundlage für die Inszenierung von „Lebendigen Bildern“, die erstmals in der Öffentlichkeit präsentiert werden sollten. Natürlich hofften wir, dass unsere Aktionen auf Neugierde und Interesse bei den Menschen auf der Straße treffen würden. Wir rechneten aber auch mit Abneigung und Intoleranz. Daher war es notwendig, die Jugendlichen besonders gut auf den „Walk Act“ vorzubereiten.

Aus diesen Überlegungen ergaben sich folgende Lernziele:

1. Die Kinder/Jugendlichen sollen über die Bearbeitung des Themas NS-„Euthanasie“-Verbrechen zu aktuellen Themen finden, die mit dem Wissen um die Geschichte eine neue/andere Betrachtungsweise zulässt;
2. über gestalterische Formen ihre Einschätzung der aktuellen Themen überdenken und darstellen lernen;
3. aus ihren gestalteten Bildern eine Sonderausstellung zusammenstellen;
4. als besondere Form der Auseinandersetzung den „Walk Act“ kennenlernen und
5. damit lernen, das Thema Nationalsozialismus in ungewöhnlicher Form im öffentlichen Raum zu präsentieren, um deutlich zu machen, dass dies ein Thema für alle sein kann.
6. Die Jugendlichen sollen die Technik der Collagen kennenlernen und ausprobieren.

Die so erstellten Bilder dienen dann der inhaltlichen und gestalterischen Vorlage für eine spiel- und theaterpädagogische Inszenierung, die ihren Höhepunkt in der Präsentation als „Walk Act“ in der Öffentlichkeit hat.

In das Pfingstprojekt „Lebendige Bilder – Ein Walk Act“ sind Elemente aus Augusto Boals Theater der Unterdrückten eingeflossen.[6] Verschiedene methodische Vorgehensweisen aus dem Theater der Unterdrückten wurden vermischt, um eine Gruppe Jugendlicher, die bislang gar nicht oder selten Theater spielt, an Formen der theatralischen Präsentation eines Themas heranzuführen. Um sich in der Öffentlichkeit präsentieren zu können, müssen Jugendliche ihren Körper kennenlernen und erfahren, welche Ausdrucksmöglichkeiten in ihm verborgen liegen. Mit Hilfe der von ihnen angefertigten Bildercollagen und Schüttelverse, die ihnen eine inhaltliche Sicherheit bieten, können Techniken des Statuentheaters[7] und des Unsichtbaren Theaters[8] angewandt werden. In diesem Projekt war es wichtig, darauf zu ach-

ten, dass die psychodramatischen Elemente, die bei Boal häufig zur Anwendung kommen, kein Übergewicht erhalten. Denn bei den Jugendlichen geht es nicht in erster Linie um deren konkrete Erlebens- und Erfahrungswelt, sondern um eine Lernwelt, die erst noch, genau in diesem Lernprozess, zu ihrer Lebenswelt hinzuwachsen sollte.

3. Die Durchführung des Projektes „Lebendige Bilder“

Die relativ kleine Gruppe von sechs Jugendlichen zeichnete sich durch eine enorme soziale Kompetenz, Toleranz und Freude auf die gemeinsam zu bewältigende Aufgabe aus. Wir begannen mit einer spielerischen Vorstellungsrunde, um die Namen kennenzulernen. Danach gab es ein Warm up, um ins Spielen zu kommen: Partnerübungen mit und ohne Musik zur Stärkung der Selbst-, Fremd- und Raumwahrnehmung.[9] Anschließend fand ein kurzer Informationsgang durch die Ausstellung statt. Zum einen gehört es immer dazu, den Ort an dem wir uns befinden, wieder ins Gedächtnis zu rufen, zum anderen sollen neue Kinder erfahren, was sich in Hadamar zugetragen hat.

Am Abend beschäftigten wir uns mit John Elsas und seinen Bildern. Nachdem ich einige Informationen über den Künstler gegeben, die Kinder alle Bilder angeschaut hatten, wählte jede/r sich ein Bild aus, was ihr/ihm besonders gefiel. Danach bildeten wir zwei Gruppen. Jede Gruppe sollte den Bildern eine Reihenfolge geben und ein Standbild aus den Motiven entwickeln. Durch das vorherige Warm up und die Tatsache, dass fast alle der Teilnehmenden inzwischen mit spiel- und theaterpädagogischen Methoden vertraut sind, kam es äußerst schnell zu aussagefähigen ersten Standbildern. Wir beendeten die erste Arbeitsphase mit einer Entspannungsübung und zwei Pantomimenspielen.

Am Samstagmorgen fand der Gang zum Friedhof statt. Jedes Kind bekam eine Rose und legte sie auf einen der Gedenksteine bei den Kindergräbern. Nach einem Warm up stiegen wir mit einem brain storming ein, um aktuelle Themen und Bezüge im weitesten Sinne zum Komplex „Euthanasie“-Verbrechen zu sammeln. Die Jugendlichen sprachen folgende Stichpunkte an:

- Rechtsextremismus – Neonazis: „No-Go-Areas”
- Sterbehilfe heute
- Hartz IV: bereits Berufstätige; über 50-Jährige
- Arbeitslosigkeit: Perspektivlosigkeit führt zur erhöhtem Gewaltpotenzial; Lehrstellenmangel; Jugendarbeitslosigkeit
- Pflegenotstand: steigende Pflegekosten – steigende Krankenkassenbeiträge; Privatpatienten ≠ Kassenpatienten
- Mobbing/Ausgrenzung von Minderheiten: mangelnde Toleranz
- Stromlinienförmigkeit ist angesagt.

Aus diesem Pool konnte sich jede/r einen Bereich auswählen, um ihn in der Collagetechnik von John Elsas zu gestalten und mit einem Reim zu versehen. Neben dem thematischen Bild, konnte jede/r ein privates Bild herstellen. Beispielsweise entstanden folgende Knittelverse:

Wer den Krieg nun unterschreibt,
der tut mir wirklich leid.

Wenn ich spielen möcht’ und man ärgert
mich, find ich‘s einfach fürchterlich.

Wer anders ist und allein dazu,
dem wird gegrollt im Nu.

Man sagt, da kann man nichts machen,
wir aber machen tolle Sachen.

Nach der Mittagspause begannen wir mit den Vorübungen auf den Walk Act. Daraus entstanden erste Standbilder. Danach bildeten sich zwei Gruppen, die vorherigen PartnerInnen standen sich jeweils gegenüber, um die Körperhaltung der anderen zu spiegeln. So entstanden neue Standbilder zu Begriffen wie: Macht, Ohnmacht, Stark, Schwach, Satt, Hungrig, Freude, Ärger. Als letztes wurde mit leeren Bilderrahmen [10] gespielt und die eigenen Knittelverse dazu eingebracht.

Es war sehr faszinierend zu sehen, mit welcher Intensität und Ernsthaftigkeit die Kinder mitmachten, ohne dabei den Spaß an diesem Tun zu verlieren. Es gelang den Spielenden immer wieder, sich auch aufeinander zu beziehen. So entstanden feste Strukturen, die für die Kinder sehr wichtig waren, um ihnen Sicherheit zu geben. Z.B. entwickelten sie eine Formation, mit der sie entschieden, wie und wann sie ihr Spiel beginnen wollten. Um ihnen Sicherheit über die Länge ihrer Spielszenen zu geben,

führten wir ein, dass ich laut klatschen würde, wenn eine Szene ausgereizt erschien.

Am Nachmittag fand ein erster Gang in die Öffentlichkeit von Hadamar statt. Unsere schwarze Bekleidung mit den hellen Kiefernholzrahmen erregte Aufmerksamkeit. Zu Beginn fiel es den Kindern noch schwer, einfach mitten in der Fußgängerzone vor einem Eiscafé stehen zu bleiben und zu spielen. Doch mit jeder neuen Station wurden sie mutiger und einfallsreicher. Anfangs spielte ich noch mit, doch im Verlauf konnte ich mich auf die Regie zurückziehen. Gänge durch zwei Supermärkte, wo es dann auch deutlich mehr Publikum gab als in der Stadt selbst, waren erste kleine Highlights.

Am Sonntagmorgen wurden die wichtigsten Punkte für den Walk Act zusammengetragen:

- Wir sind in der Gruppe
- Nicht aus der Rolle fallen, nicht miteinander reden während des Spiels
- Formation: who is the leader?
- Stop & Go
- Spielen mit Situationen: Konzentration auf die anderen Mitspielerinnen, Übernahme von Bewegungen, Satz- oder Wortfetzen
- Spielen mit Inhalten: Standbilder langsam verändern oder einfrieren
- die eigenen Reime bespielen.

Die TeilnehmerInnen entwickelten die Szenen des Vortags erneut und fanden zu einer außergewöhnlich klaren und eindrücklichen Bildersprache, die dennoch sehr strukturiert war. Am Ende der intensiven Vorbereitung für den Walk Act in Limburg fand die Gruppe neben der Formation noch zu einem weiteren Bild, mit dem sie immer ihre Aktion beginnen wollten: Alle stehen mit dem Rücken zueinander im Kreis, halten ihre Rahmen vor das Gesicht und sagen im Chor: *„Wenn die Menschen lachen, ein schönes Gesicht sie machen."* Dies diente dann als Einstieg in ein offenes Spiel. Die Formation dagegen war der Beginn eines inhaltlichen Spiels.

Der Walk Act in Limburg ließ sich nicht einfach an. Zunächst fanden die SpielerInnen es sehr schwierig, überhaupt die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Gelang dies dann doch, gab es teilweise sehr abwertende Aussagen von Passanten. Auffällig war auch, dass unsere Informationszettel immer wieder dazu führten, dass Leute ganz schnell weitergingen, nachdem sie realisiert hatten die Gedenkstätte Hadamar ist „auf der Straße".[11] Wir hatten verabredet, dass die Kinder alleine spielen sollten, unterstützt durch meine Regieanweisungen. Es stellte sich aber heraus, dass die Aufmerksamkeit der Passanten stärker auf uns gelenkt wurde, wenn ich mitspielte. Offenbar wurden wir erst ernst genommen, nachdem eine Erwachsene mit im Spiel war. Nach 1 ½ Stunden beendeten wir den Walk Act.

Am Abend organisierten wir eine sehr gelungene Premierenfeier. Am Montagmorgen gab es für alle TeilnehmerInnen das Angebot, die Kellerräume der Gedenkstätte zu begehen. Mit Ausnahme eines Mädchens, das schon häufig in der Gedenkstätte war, nahmen die Kinder das Angebot an. Sie gingen äußerst aufmerksam und ruhig durch den Keller. Meine Erläuterungen waren sehr sparsam, da vieles von den jungen Jugendlichen selber erinnert und ergänzt wurde. Danach fand eine ausführliche Auswertung des Gesamtprojektes statt. Anschließend organisierten wir die Sonderausstellung mit den Bildern und Texten von John Elsas und den Kindern sowie einigen Fotos vom Walk Act. Es ist inzwischen Tradition, als gemeinsamen Abschluss der Projekttage den abholenden Eltern unsere Arbeit – hier die Sonderausstellung – vorzustellen.

4. Reflexion und Bewertung

Eine Gruppe mit nur sechs TeilnehmerInnen ist ein Risiko. In der Rückschau kann ich sagen, dass es mit dieser Gruppe kein Problem war. Die Kinder haben sich in einer ungemein engagierten, motivierten Weise auf hartes Arbeiten eingelassen. Die Tatsache, dass sich fünf der sechs Kinder seit längerem aus den vorangegangen Pfingstprojekten kannten, vereinfachte den Umgang sehr. Darüber hinaus wurde deutlich, dass diese Kinder inzwischen viele Formen des theaterpädagogischen Zugangs kannten und sofort einsteigen konnten. Es ist immer wieder faszinierend zu beobachten, mit welcher Ausdauer Kinder in diesem Alter in der Lage sind konzentriert zu arbeiten, wenn sie u.a. auch mit anderen Methoden angeleitet werden. Diese Erfahrung steht diametral zur Schulerfahrung.

Es hat sich als besonders gut erwiesen, zwei Ebenen des Arbeitens zu verknüpfen. Zum einen die gestalterische Form mit dem Herstellen der Bilder und Texte und zum anderen die theaterpädagogische Form durch den Walk Act. Die Erfahrungen mit den Passanten in Lim-

burg waren zwar schwierig, aber nicht uninteressant. Ich vermute, dass wir in größeren Städten wie Frankfurt oder Darmstadt auf deutlich mehr positive Resonanz gestoßen wären. Daher denke ich auch, es müssten noch zwei, drei vergleichbare Projekte stattfinden an anderen Orten, um zu entscheiden, ob das Medium Walk Act für so schwierige Themen wie wir sie bearbeitet haben, nicht tauglich ist, oder ob es tatsächlich am Ort Hadamar bzw. Limburg liegt. Sicher kann ich sagen, dass die Kinder noch etwas mehr Zeit gebraucht hätten, um ihre Unsicherheit in der Öffentlichkeit zu überwinden. Vor allem ein Junge hatte große Sorge, dass ihn jemand auf der Straße erkennen könnte.

Die Überlegung meinerseits, zunächst nicht mitzuspielen, hatte den Grund, die Kinder selbständig ihre Szenen und Ideen umsetzen zu lassen. Denn in dem Augenblick, indem ich mit einstieg, waren sie doch stark auf mich und mein Spiel fixiert. Aber vielleicht ist das zu Beginn einer solchen Arbeit auch notwendig, um Sicherheit im eigenen Tun zu erlangen. Das Ausprobieren mit dem ganzen Körper, nonverbale Reaktionsweisen überzeugend einzusetzen, zu verändern und ihre Wirkung auf Zuschauende hin wahrzunehmen, lässt Lernprozesse in Gang kommen, die den eigenen Horizont des Denkens und Fühlens erweitern. Die Vorstellung Augusto Boals, der dem Statuentheater die Chance zuspricht, aus einer Situation/einem Bild das Hier und Jetzt darzustellen und so zu verändern, dass ein Idealbild entsteht, wurde im Spiel der Kinder in Ansätzen sichtbar. Natürlich sollte dies mit nur einem derartigen Projekt nicht überbewertet werden, doch beweisen diese Formen der Erarbeitung eines emotional geladenen Themas wie das des Nationalsozialismus, dass es eine mögliche Ergänzung zum herkömmlichen Lernen ist.

Regine Gabriel
Gedenkstätte Hadamar
Mönchberg 8
65582 Hadamar
RegineGabriel@lwv-hessen.de

[1] Vgl. Simone Maaß: Die Notwendigkeit der Auseinandersetzung mit der Geschichte des Nationalsozialismus und die Art der Vermittlung in der heutigen Gesellschaft, Diplomarbeit, Erfurt 2003, S. 89.

[2] Hartmut von Hentig: Bildung, München 1996, S. 117.

[3] Nach dem Kennenlernen der Ereignisse der NS-„Euthanasie"-Verbrechen in Hadamar am authentischen Ort (immer am Beispiel von Kinderschicksalen) und eine anschließende kreative Erarbeitungsphase steht am Ende des eigenen Erkenntnisprozesses ein „Produkt", das als Element in der Ausstellung der Gedenkstätte integriert wird, z.B.: Gedenksteine aus Ytong auf dem Kinderfriedhof.

[4] Im Alter von 79 Jahren begann John Elsas 1930 Bilder zu kreieren und mit Versen zu versehen. Bis zu seinem Tod 1935 entstanden 25.000 außergewöhnliche Kunstwerke, die alltägliche Szenen zeigen, die aber im Verlauf der Jahre immer politischer wurden.

[5] Vgl: Katalog: Heinrich Hoffmann trifft John Elsas, Eine Ausstellung der Heinrich-Hoffmann-Gesellschaft e.V. aus Anlass des 25-jährigen Jubiläums des Struwwelpeter-Museums Frankfurt am Main in der Schirn Kunsthalle Frankfurt, 2001.

[6] Augusto Boal: Theater der Unterdrückten, Übungen und Spiele für Schauspieler und Nicht-Schauspieler, Frankfurt 1989.

[7] Statuentheater ist eine Form, in der die Protagonisten ein Bild aus Personen stellen, das die kollektive Vorstellung eines Themas zeigt. Das Bild kann solange bearbeitet werden, bis es für alle Beteiligten als Realbild akzeptiert wird. Im Weiteren wird aus diesem Realbild ein Idealbild geformt. Wichtig ist, dass alles in einem raschen Tempo vonstatten geht, damit die Protagonisten nicht erst in Worten, sondern sofort in Bildern denken. Vgl. Boal 1989, S. 71.

[8] Unsichtbares Theater geht immer von einem aktuellen Thema aus, von dem angenommen wird, dass es bei den Zuschauenden auf Interesse stößt. Es wird ein Text erarbeitet, der schriftlich fixiert wird, aber für Veränderungen offen ist. *„Die Schauspieler spielen ihre Rollen genau wie im konventionellen Theater, aber nicht im Theater, und vor Zuschauern, die nicht wissen, dass sie Theaterzuschauer sind."* Vgl. Boal 1989, S. 74.

[9] Vgl. Volkmar Hahn: Warm-up, Spiele und Übungen für die Gruppenarbeit, Zentrum Verkündigung der EKHN, Frankfurt 2005. Als Musik wählte ich aus: Cover the World, World Music Versions of Classic POP Hits, Putumayo 2003, Women of Latin America, Putumayo 2004, Music from the Chocolate Lands, Putumayo 2004, Giora Feidman: The magic of Klezmer, Rachel Portman: Chocolat.

[10] Ein großer Kiefernrahmen diente als Spielelement und sollte das Thema „lebendige Bilder" für die SpielerInnen und die ZuschauerInnen sichtbar machen helfen.

[11] Die Spielerinnen sollten nicht mit den Passanten diskutieren. Daher verteilte eine der Teamerinnen ein Informationsblatt, in dem über unsere Aktion informiert wurde.

Geschichte in Bildern entdecken

Ein Studientag zu Verfolgung, Flucht und Exil

Gabriele Knapp

Im Oktober 2005 wurde in der Landesvertretung des Freistaates Sachsen beim Bund in Berlin die Ausstellung „Lange Schatten“ mit Bildern der argentinisch-jüdischen Künstlerin Mónica Weiss eröffnet, deren Familie in der NS-Zeit aus Dresden fliehen musste. In Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft „Frauen im Exil“ und der Landesvertretung Sachsen bot die Gedenk- und Bildungsstätte Haus der Wannsee-Konferenz ein pädagogisches Programm zur Thematik „Flucht und Exil“ für schulische Gruppen der Sekundarstufen I und II an, das ich als freie Mitarbeiterin betreute.

Für mich persönlich war es eine wertvolle Erfahrung, die Bildcollagen von Mónica Weiss mit ihrer ausdrücklichen Erlaubnis pädagogisch einsetzen und in positivem Sinne „instrumentalisieren“ zu dürfen.[1] Denn sie sind ein ideales Medium, um Jugendliche zum Staunen, Fragen, Suchen und forschenden Lernen anzuregen, und die Ausstellung bot Raum für intellektuelle, ästhetische und soziale Selbsterprobung.[2] Das Lernen über historisch-politische Zusammenhänge fällt Jugendlichen häufig leichter, wenn sie selbst kreativ sein können oder aber über ein künstlerisches Medium Geschichte erfahren wie es Musik, das Theaterspiel, Zeichnen, Gestalten oder die Malerei sein kann. Geschichte wird somit nicht nur kognitiv erfasst, sondern ganzheitlich erlebt.

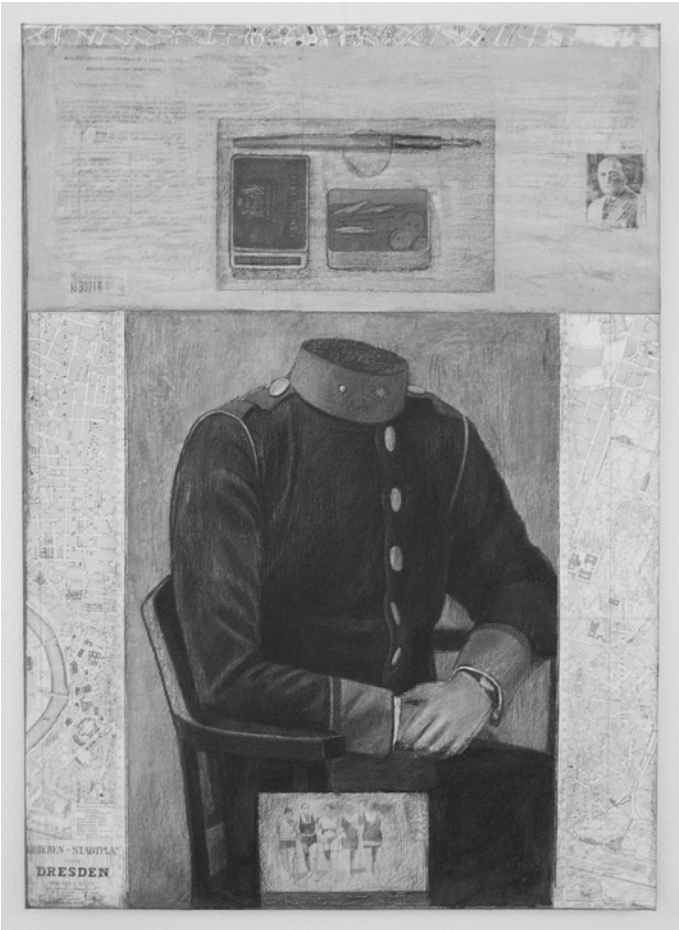
Mónica Weiss: Familiengeschichten

Die 1956 geborene Künstlerin selbst verarbeitet ihre Geschichte als Angehörige einer aus Deutschland geflohenen jüdischen Familie kreativ und produktiv; Jugendliche, die mit ihren Bildern arbeiten, nähern sich diesen ebenfalls auf eine kreative Weise. So können sie leichter über Gefühle von Hilflosigkeit und Ratlosigkeit bei der Beschäftigung mit diesen schwierigen Themen hinwegkommen: *„Denn es ist wichtig, nicht in Paralyse zu verfallen angesichts der ungeheuren Verbrechen, sondern Erkenntnisse zu gewinnen und handlungsfähig zu werden bzw. zu bleiben.“*[3] Darüber hinaus stellen die künstlerischen Motive einen biographischen Bezug zur Künstlerin und zu ihr als Privatperson her: Die Bilder beinhalten somit die Chance, über die *„Privatisierung von Geschichte“* (Hans Keilson) Empathie mit dem Schicksal einer verfolgten und geflohenen Familie zu erzeugen.

Bildgestaltung und Motive von Mónica Weiss

Seit einigen Jahren spürt Mónica Weiss den deutsch-jüdischen Wurzeln ihrer Familie und den langen Schatten der Vergangenheit nach. Sie setzt in ihren Bildcollagen die Erlebnisse ihrer Mutter Marion Clara Reizes um, die 1933 als sechsjähriges Mädchen mit ihren Eltern und ihrem Bruder Hans aus Dresden fliehen musste. Dabei greift die Künstlerin in ihrer Bildgestaltung zurück auf einen reichen Fundus kleinerer Objekte, Fotos, Dokumente, Briefe und Tagebücher, die gerettet und bewahrt werden konnten sowie auf ein Reisetagebuch, das ihre Mutter 1940 als Vierzehnjährige verfasste und in dem sie die Stationen ihrer Flucht festhielt: Von Tel Aviv über Ceylon und Ostafrika nach Buenos Aires in Argentinien, wo sie am 2. Dezember 1940 ankam.

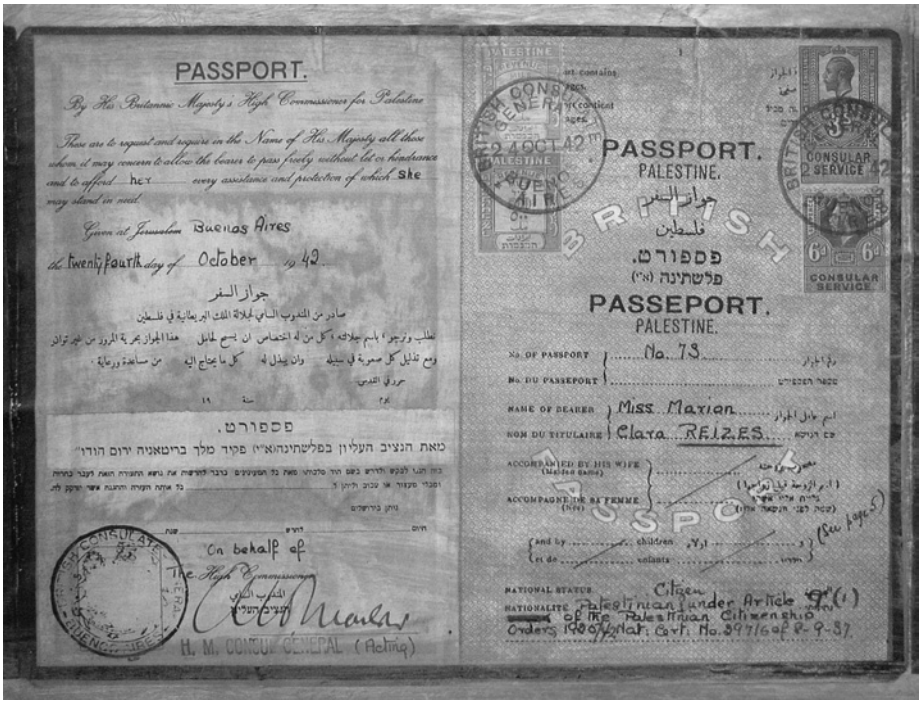
Der Ausstellung „Lange Schatten“ liegt der Bilderzyklus Mutter-Tochter zugrunde, in dem Mónica Weiss zum einen die Welt der Mutter zum Thema macht: Familie und Kindheit in Dresden, Flucht und Exil, Neuanfang in Argentinien, die Pestalozzischule in Buenos Aires, die sie nur kurz besuchen konnte. Der Akzent liegt dabei auf dem „Verlust der Unschuld“ und der „verlorenen Kindheit“. Mit diesem vom Exil geprägten Leben der Mutter kontrastiert die Tochter andererseits Bilder ihrer eigenen Kindheit in Argentinien und verwendet dafür Dokumente aus dem überlieferten Familienfundus: ihr erstes Deutschheft in der Pestalozzischule, die sie wie ihre Mutter besuchte; ein Tagebuch, das sie als Kind führte; Familienfotos von ihr und ihrer Schwester sowie Fotos von Schulveranstaltungen und Sportfesten; typische Kleidungsstücke aus ihrer Kindheit. Zum Zyklus „Mutter-Tochter“ gehören auch sechs Buchobjekte, vorwiegend der weiblichen Linie ihrer Familie gewidmet, die angefasst werden dürfen. Im Innern der Bücher befinden sich auf dem Hintergrund von Foto- und anderen Dokumenten, in Mischtechnik gemalt, kleine Objekte und Gedichte verschiedener Autoren (von Heine, Brecht, Domin u.a.).



Die Suche nach Geschichte und Familiengeschichte in Bildern

Exemplarisch beschreibe ich im Folgenden einen Studientag mit elf Schülerinnen und Schülern einer 13. Klasse des Oberstufenzentrums in Zehdenick/Brandenburg.[4]

Einführend war es mir wichtig zu erfahren, welche Vorstellungen die Schülerinnen und Schüler mit den Begriffen Emigration, Flucht, Vertreibung und Exil verbinden, und wir grenzten diese anhand von Erklärungen aus Lexika und mit Hilfe verschiedener Schaubilder voneinander ab. Ergänzend verteilte ich zwei Tabellen mit (geschätzten) Zahlen für die „Jüdische Emigration aus Deutschland“ der Jahre 1933 bis 1945 mit Angaben zu den wichtigsten Aufenthaltsländern: 1937 stand Palästina an erster Stelle, wo sich zu dieser Zeit auch die Familie Reizes aus Dresden aufhielt; im Jahr 1941 befanden sich hingegen die meisten Flüchtlinge in den USA, gefolgt von Palästina und an dritter Stelle Argentinien.[5] Auf dem Hintergrund dieser thematischen Einführung konnten die Jugendlichen nun die Fluchtwege der Familie Reizes von 1933 bis 1940 samt zahlreicher Zwischenstationen nachvollziehen und besser verstehen.[6] Deutlich wurde



sie in einem nächsten Schritt der Annäherung themenspezifisch in Kleingruppen oder einzeln arbeiteten und sich die Bilder nun gezielter betrachten sollten.

Ich bot ihnen fünf thematische Schwerpunkte für die Einzel- bzw. Kleingruppenarbeit an, die sich an der Chronologie der Verfolgung der Familie Reizes orientierten:

1. Verfolgung jüdischer Kinder und Jugendlicher nach 1933 in Deutschland
2. Emigration aus Deutschland und das Exilland Palästina
3. Flucht über Sibirien nach Lateinamerika
4. Von Palästina nach Buenos Aires: Exilstationen von Marion Clara Reizes
5. Das Aufnahmeland Argentinien

nach einer ersten Auswertung im Gespräch, dass die älteren Familienmitglieder – die Großeltern von Mónica Weiss – die Beschwernisse der Reise, die in Wirklichkeit eine Flucht war, und das immer wieder neue Einleben an neuen Orten wesentlich schlechter verkrafteten als die Jüngeren. Marion Clara Reizes erlebte diese Jahre des Reisens durch exotische Länder eher als eine Art Abenteuer, wie aus ihrem unveröffentlichten Reisetagebuch hervorgeht.

Nachdem die Jugendlichen sich nun mit den Begrifflichkeiten und dem Schicksal der Familie Reizes näher bekannt gemacht hatten, schickte ich sie ein erstes Mal in die Ausstellung, um nach Hinweisen auf die Verfolgung der Familie bzw. jüdischer Menschen in Deutschland generell und nach Bildmotiven von Flucht und Fluchtwegen zu suchen. Die Aufgabe war, sich zu notieren, was zu entdecken war: Welche Symbole und Motive tauchen häufig auf? Was ist gut zu erkennen, klar und deutlich im Vordergrund? Was erscheint wie hinter einem Schleier versteckt, schwer zu erkennen, was bleibt vage andeutet oder lässt sich nur erahnen? Meine Intention dabei war, dass die erste Annäherung an die Bilder noch nicht zu stark gelenkt, jedoch auch nicht beliebig sein sollte. Die Aufzeichnungen konnten den Schülern hilfreich sein, als

Zu jedem Thema hatte ich Materialien vorbereitet: Literatur, zeitgenössische Dokumente wie NS-Gesetze und -Verordnungen, Artikel aus jüdischen Presseorganen, Fotos und weiteres Bildmaterial u.a. zur Ausgrenzung jüdischer Kinder aus der Schule. Nach dem Studium der schriftlichen Dokumente hatten die Schülerinnen und Schüler die Aufgabe, zu ihrem Thema passende Motive in den Bildern von Mónica Weiss zu suchen, diese mit einer Digitalkamera zu fotografieren, um sie später bei der Präsentation der Arbeitsergebnisse über einen Beamer in ihren Vortrag einbauen zu können. Meine Idee war, dass sie zwischen den Texten und den Bildern Bezüge herstellen sollten, so dass weder die Texte nur theoretisch, noch die Bilder – trotz ihrer Konkretion – abstrakt blieben. Die Annäherung an die Kunst sollte eine suchende sein, das Lesen eine Hilfestellung zu ihrer Erschließung. Zwischen den Räumen entstand im wahrsten Sinne des Wortes eine Pendelbewegung zwischen Lesen und immer wieder suchendem Betrachten der Bilder, da beides direkt aufeinander bezogen war.

Die erste Gruppe zum Thema Verfolgung fotografierte verschiedene Details wie Güterwaggons vor angedeuteten Landkarten, Postkarten, ein Klassenfoto,

Nummern, Schuhe, aber auch judenfeindliche Verse aus Schul- und Kinderbüchern. Zum Exilland Palästina fand sich ein britischer Pass mit den Initialen „Miss M.C. Reizes“ auf einem der Bilder, dazu das Innere des Passes, mit Stempeln, Briefmarken, englischer und hebräischer Schrift, schließlich eine Seite aus dem Tagebuch von Clara Reizes in hebräischer Sprache. Die Flucht der Camilla Essenfeld und ihr Bericht darüber ergänzt dieses Tagebuch.[7] Camilla Essenfeld kam über Sibirien auf das Schiff, auf das später auch die Familie Reizes zustieg. Diese Reise dokumentierte ein Schüler fotografisch ebenfalls durch Züge und durch ein gezeichnetes Schiff aus einem der Familienbücher. Er hatte auch Schuhe fotografiert – ein häufig wiederkehrendes Motiv bei Mónica Weiss – als Symbol für das Weglaufenmüssen der Juden aus Deutschland. Das vierte Thema, die Exilstationen der Familie Reizes, stellte die Kleingruppe durch Fotos des Tagebuchs von Clara Reizes vor, mit dem Foto einer Postkarte, das einen Schlangenbeschwörer zeigt sowie einem Foto einer Fotografie zweiter Kinder. Die letzte Gruppe fotografierte eine Länderkarte mit den darin markierten Stationen der weiten Reise durch mehrere Kontinente, einen Auszug aus dem Tagebuch von Marion Clara, in dem sie die Ankunft in Bagdad beschreibt und Babyfotos in Verbindung mit dem Datum 2. Dezember 1940 und der Stadt Buenos Aires. Alle fünf Präsentationen ergaben im Zusammenhang ein deutliches Bild der Flucht(wege) der Familie Reizes sowie der politisch-historischen Hintergründe in den Aufnahmeländern. Die von den Schülern gemachten Fotos und meine eigenen, die bei ihren Präsentationen entstanden, erhielten sie zum Mitnehmen auf CD.

Fazit: Ein Studientag mit tröstlichen Elementen

Die Bilder von Mónica Weiss verweisen auf die gelungene Flucht der Familie Reizes, und somit vermitteln sie den Lernenden auf eine gewisse Art Hoffnung und Trost. Sicherlich ist damit zu erklären, dass sich nach dem Studientag sowohl die Lehrerin als auch die Schülerinnen und Schüler erleichtert fühlten, denn am Ende stand nicht der Tod der Familie – zumindest nicht aller Familienmitglieder –, sondern nach ihrer erfolgreichen Flucht der Beginn eines neuen Lebens in Argentinien. Wie die Jugendlichen und die Lehrerin bei der Schlussrunde sagten, stehe in der Regel bei Gedenkstättenbesuchen und bei der Auseinandersetzung mit den Themen Nationalsozialismus und Holocaust immer der Tod im Mittelpunkt, dieses Mal hingegen das Überleben. Besonders bewegte die Kleingruppe, die sich mit dem Tagebuch der 14jährigen Clara Reizes und ihren Reiseerfahrungen intensiv befasst hatte, dass der Geburtstag von Clara einen Tag nach dem Studientag sein sollte. Plötzlich war ihnen Clara als Mensch sehr nahe gekommen, und sie wollten wissen, ob sie noch lebte. Ich konnte ihnen sagen, dass sie ihren 79. Geburtstag in Argentinien zusammen mit ihrem Bruder Hans, ihrer Tochter Mónica und ihrem Enkel feiern würde.

Dr. Gabriele Knapp
Freie Mitarbeiterin im Haus der Wannsee-Konferenz in Berlin
Am Grossen Wannsee 56-58
14109 Berlin
gabrieleknapp@t-online.de

[1] Vgl. die website der Künstlerin: http://www.monicalauraweiss.com.ar

[2] Inge Hansen-Schaberg, Erinnern als Bildungsaufgabe. In: Dies. und Ulrike Müller (Hrsg.): „Ethik der Erinnerung“ in der Praxis. Zur Vermittlung von Verfolgungs- und Exilerfahrungen. Wuppertal 2005, S. 19-34, S. 28.

[3] Ebd., S. 24 f.

[4] Ausführlicher habe ich diesen Studientag beschrieben in meinem Beitrag: Pädagogische Arbeit mit Bildern von Mónica Weiss zu Verfolgung, Flucht und Exil. In: Inge Hansen-Schberg u.a. (Hrsg.), Familiengeschichte(n). Erfahrungen und Verarbeitung von Exil und Verfolgung im Leben der Töchter. Wuppertal: Arco 2006, S. 123-137.

[5] Werner Röder, Die Emigration aus dem nationalsozialistischen Deutschland. In: Klaus J. Bade (Hrsg.): Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Gegenwart und Geschichte. München 1992, S. 345-353, S. 348.

[6] Hermann Schnorbach, Clement Moreaus Bilderfolge Tim, Tom, und Mary (1940) und das Reisetagebuch der 14jährigen Marion Clara Reizes (1940) – ein Kinderbuchprojekt. In: Inge Hansen-Schaberg (Hrsg.): Als Kind verfolgt. Anne Frank und die anderen. Berlin 2004, S. 213-226, S. 221 ff.

[7] Camilla Essenfeld (1887-1966), Unsere große Reise. In: Von Reichenbach bis Buenos Aires. Erinnerungen an das 20. Jahrhundert. Frankfurt/M. und Heidelberg 1996, S. 314-341.

Berliner Impressionismus, Ausstellung im Edwin Scharff Museum Neu-Ulm

Lovis Corinth: Hans Rosenhagen, 1899. Nationalgalerie Berlin

Christian Boltanski – Zeit

12.11.2006 – 11.2.2007
Institut Mathildenhöhe Darmstadt

Der Franzose Christian Boltanski (geb. 1944), einer der wichtigsten Gegenwartskünstler weltweit, ist ein Meister der Inszenierung von Situationen und Räumen. Für *Zeit* – seine erste große monografische Schau in Deutschland seit zehn Jahren – verbindet er bereits bestehende sowie neue, eigens für die Ausstellung entwickelte Arbeiten zu einer einzigen raumübergreifenden Totalinstallation. Hochkarätige Leihgaben sind ebenso zu erleben wie bislang kaum bekannte frühe Filme des Künstlers.

Institut Mathildenhöhe Darmstadt
Olbrichweg 13, 64287 Darmstadt
www.mathildenhoehe.info
Geöffnet: Di bis So 10–18 Uhr,
Do 10–21 Uhr

Sehnsucht Rhein

27.10.2006 – 18.2.2007
Siebengebirgsmuseum Königswinter

Die Ausstellung zeigt erstmalig in Deutschland rund 70 Gemälde, Aquarelle und Zeichnungen aus der Sammlung Siebengebirge, einer hochrangigen privaten Sammlung zum Thema Rhein. Die bisher weitgehend unveröffentlichten Kunstwerke belegen eindrucksvoll die Bedeutung der Landschaft am Rhein und seiner Nebentäler für die Entwicklung der deutschen Romantik und der Landschaftsmalerei im 19. und 20. Jahrhundert.

Siebengebirgsmuseum Königswinter
Kellerstraße 16
53639 Königswinter
www.siebengebirgsmuseum.de
Geöffnet: Di, Do, Fr+Sa 14–17 Uhr,
Mi 14–19 Uhr, So 11–17 Uhr

Berliner Impressionismus

9.12.2006 – 4.3.2007
Edwin Scharff Museum Neu-Ulm

In Kooperation mit der Nationalgalerie Berlin werden in der Ausstellung mehr als 60 Werke der Berliner Secession gezeigt. Die berühmte Künstlergemeinschaft vereint u.a. die deutschen Impressionisten Max Liebermann, Lovis Corinth und Max Slevogt. Im Gegensatz zur offiziellen, zunehmend als pathetisch empfundenen Kunstauffassung des Kaiserreiches rücken Slevogt, Corinth und ihre Kollegen in den Jahren zwischen 1898 und 1914 Motive des privaten Lebens, Porträts der Familie oder ihre Häuser, Gärten, und Interieurs in den Mittelpunkt. In ihren skizzenhaften, lichtdurchfluteten Gemälden von Ferienlandschaften, Stadtansichten und Ausflugslokalen entwerfen sie ein heiteres Bild des gesellschaftlichen Lebens der Jahrhundertwende.

Edwin Scharff Museum
Petrusplatz 4
89231 Neu-Ulm
www.edwinscharffmuseum.de
Geöffnet: Di, Mi, Fr+Sa 13–17 Uhr,
Do 13–19 Uhr, So 10–18 Uhr

Gärten: Ordnung, Inspiration, Glück

24.11.2006 – 11.3.2007
Städel-Anbau, EG und OG

Die Ausstellung widmet sich epochen- und gattungsübergreifend dem Motiv des Gartens in der bildenden Kunst und präsentiert den Besuchern seine Darstellungs- und Bedeutungsvielfalt anhand von über 200 Leihgaben aus international bedeutenden Museen und Sammlungen. Gärten bieten Menschen Schutz, Erholung und Inspiration. Sie beflügeln auch Künstler und haben diese über die Jahrhunderte hinweg zu Meisterwerken angeregt. Gärten sind ein Stück geordnete Natur, in ihnen vereint sich die ungebändigte Lebenskraft mit dem planenden Geist des Gärtners. Auch aus diesem Grund sind sie für Künstler eine schier unerschöpfliche Inspirationsquelle. Gustave Courbet, Pierre Bonnard und William Merritt Chase gewähren intime Einblicke in eine friedliche Gartenwelt, während Claude Monet und Henri Matisse sich von der Farb- und Formenvielfalt der Vegetation inspirieren lassen, um zu neuen künstlerischen Ausdrucksformen zu gelangen. Auch der konzentrierte Blick auf einzelne Pflanzen, der in mittelalterlichen Detailzeichnungen ebenso demonstriert wird wie in Paul Klees Herbarien, offenbart eine tiefe Verbundenheit des Künstlers mit den Motiven des Gartens.

Städel Museum, Städel-Anbau EG
Städelsches Kunstinstitut
Schaumainkai 63
60596 Frankfurt
www.staedelmuseum.de
Geöffnet: Di, Fr bis So 10–18 Uhr,
Mi+Do 10–21 Uhr

Schatzkammer Tropen

2.9.2006 – 25.3.2007
Naturama Aargau

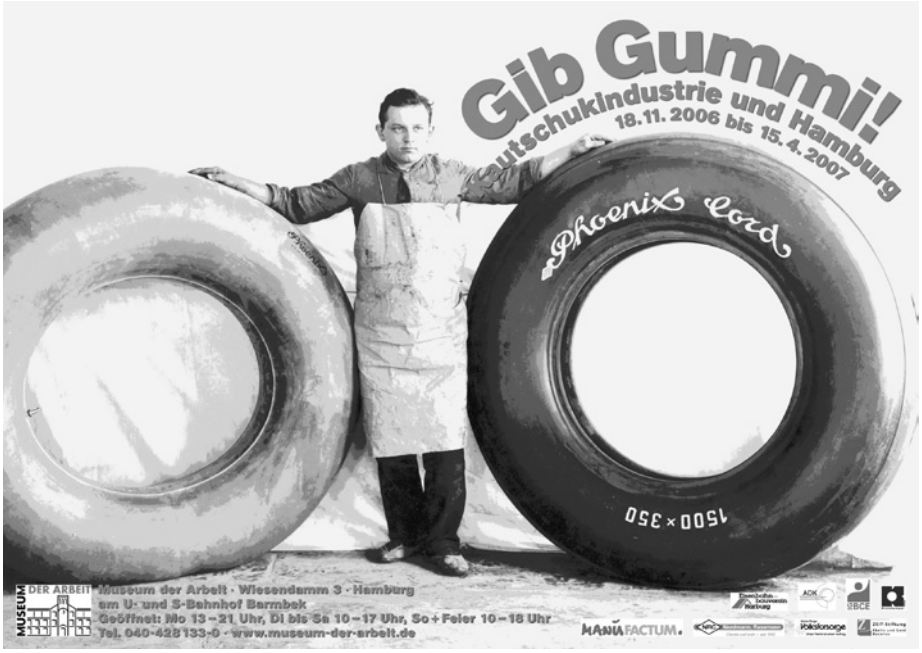
Schon vor über 100 Jahren waren einzelne Abenteurer, Forscher und Großwildjäger mit Kameras, Fallen und Flinten unterwegs, um die natürlichen Schätze der Tropen zu bewundern, zu erforschen und zu nutzen. Und heute gehören Reisen in die Tropen zum Standardangebot von Reisebüros. Warum sind tropische Lebensräume so artenreich und gleichzeitig so verletzlich? Wie lassen sich ihre Reichtümer nutzen, ohne ihre Vielfalt und Schönheit zu zerstören? Die Ausstellung präsentiert Antworten auf diese Fragen – in Bild, Text und Ton, mit vielen Originalobjekten und lebenden Tieren. Gleichzeitig führt sie durch die wechselvollen Beziehungen zwischen Europa und den Tropen. Schatzkammer Tropen entstand im Karlsruher Museum für Naturkunde und wird vom Naturama in einer neuen Fassung gezeigt.

Naturama Aargau
Bahnhofplatz
CH – 5001 Aarau
www.naturama.ch
Geöffnet: Di bis So 10–17 Uhr

Rapunzel und der gestiefelte Hänsel

5.10.2006 – 15.4.2007
Kinder- und Jugendmuseum München

Ein Besuch dieser „Reise in die Märchenwelt für Kinder ab drei Jahren“ führt über die alltägliche Wirklichkeit hinaus und lädt zum Mitfantasieren ein. Dabei stehen Rollenspiel und Bewegung im Vordergrund. Mit der Wahl eines passenden Kostüms macht man sich auf den abenteuerlichen Weg ins Märchenreich. An unterschiedlichen Mitmachstationen hat man die Möglichkeit, Teil eines Märchens zu werden. Dabei geht es nie darum, bekannte Märchen exakt nachzuerleben, sondern in eine wunderbare Märchenwelt einzutauchen, die einzelnen Geschichten miteinander zu verweben und seine ganz eigene daraus zu machen: Aus alten Geschichten entstehen neue Märchen, aus bekannten Märchen entstehen eigene Geschichten.



Kinder- und Jugendmuseum München
Arnulfstraße 3
80335 München
www.kindermuseum-muenchen.de
Geöffnet: werktags 14–17:30 Uhr;
Wochenende, Feiertage,
Ferien 11–17:30 Uhr; Mo geschlossen

Gib Gummi! Kautschukindustrie und Hamburg

18.11.2006 – 15.4.2007
Museum der Arbeit, Hamburg

Seit 150 Jahren wird in Hamburg Kautschuk verarbeitet, in zahllosen Produkten für Alltag und Technik. Der nach der Entdeckung der Vulkanisation (1839) revolutionäre Werkstoff Gummi ersetzte Naturmaterialien und führte zu ganz neuen Verwendungen. Werkstoff- und Produkt-Faszination ist also eines der Motive, die zu dieser Ausstellung führten. Dazu kommt: Das Museum der Arbeit wächst auf dem Gelände der einstigen „New-York-Hamburger Gummi-Waaren Compagnie", einer ehemals sehr großen Fabrik dieser Branche, die an einem anderen Standort noch heute produziert.

Museum der Arbeit
Wiesendamm 3
22305 Hamburg
www.museum-der-arbeit.de
Geöffnet: Mo 13–21 Uhr,
Di bis Sa 10–17 Uhr, So + Feiertage
10–18 Uhr

FARBE materiell – virtuell

19.11.2006 – 22.4.2007
Gewerbemuseum Winterthur

Was steckt hinter dem Phänomen Farbe? Was ist Farbe, woher kommt sie, wie wirkt sie? Das Thema ist komplex und facettenreich. Farbe kann als elementares Gestaltungsmittel, als subjektiver Sinneseindruck, als Empfindung oder auch als physikalische Erscheinung umschrieben werden. In großen Rauminstallationen werden wesentliche Aspekte des Themas dargestellt. Fünf Künstler wurden eingeladen, die sich seit Jahren eingehend mit dem Phänomen Farbe auseinandersetzen: Ueli Bachmann, Stefan Gritsch, Christian Herdeg, Andreas Hofer und Hans-Peter Kistler. Sie sind mit zumeist neu erarbeiteten Installationen in der Ausstellung vertreten.

Gewerbemuseum Winterthur
Kirchplatz 14
CH – 8400 Winterthur
www.gewerbemuseum.ch
Geöffnet: Di, Mi, Fr bis So 10–17 Uhr,
Do 10–20 Uhr

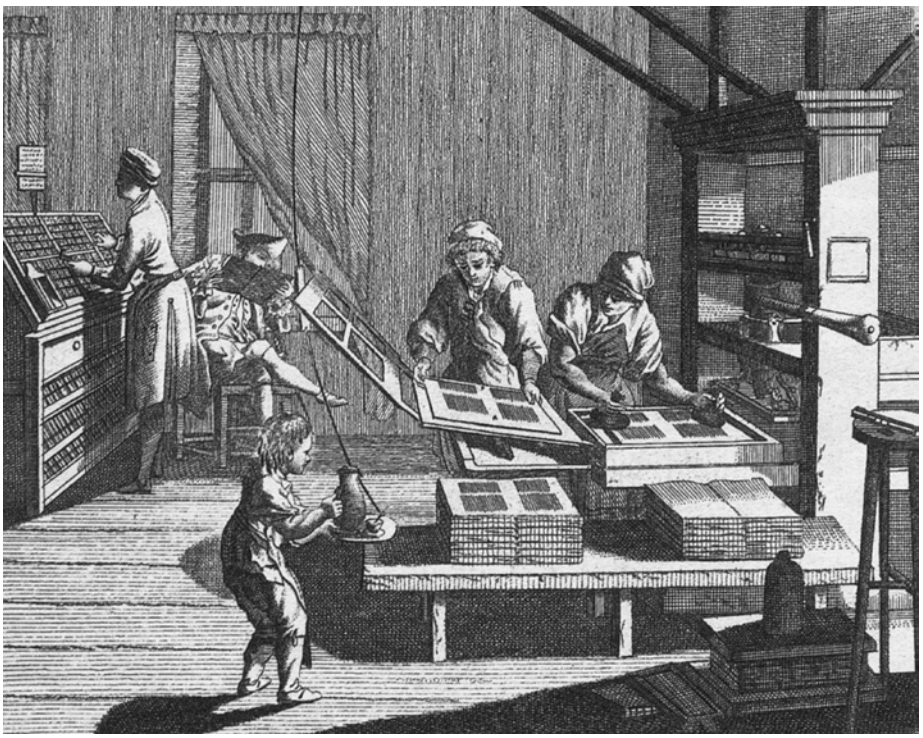
Computer.Medizin

25.10.2006 – 1.5.2007
Heinz Nixdorf MuseumsForum
Paderborn

Faszinierende Einblicke in den menschlichen Körper und modernste Computertechnologie können Besucher in der Sonderausstellung erleben. In weltweit einmaliger Darstellung wird hier der Einsatz modernster Computertechnologie in Prävention, Diagnostik, Therapie und Rehabilitation demonstriert. Auf 1.000 Quadratmetern sind über 100 spektakuläre Exponate zu sehen, von denen ein Drittel ausprobiert und getestet werden kann.

Heinz Nixdorf MuseumsForum
Fürstenallee 7
33102 Paderborn
www.hnf.de
Geöffnet: Di bis Fr 9–18 Uhr,
Mi 9–20 Uhr, Sa+So 10–18 Uhr

publikationen



Olaf Schwencke

Das Europa der Kulturen – Kulturpolitik in Europa

Klartext Verlag 2006, 338 S., ISBN 3-88474-957-9, 17,– €, 2. neu bearbeitete und stark erweiterte Auflage

Europäische Kulturpolitik führte lange Zeit eine Schattendasein – nicht nur in Deutschland. Zu häufig dominierten nationalstaatliche Interessen die kulturpolitische Diskussion. Dabei war Europa in den ersten föderativen Versuchen eines Neuanfangs zunächst ein gemeinsames kulturpolitisches Projekt und wurde erst im zweiten Schritt auch als ein gemeinsamer Wirtschaftsraum interpretiert. Die Publikation zeichnet diesen Weg anhand von über 50 einschlägigen Dokumenten nach. Sie umfasst dabei ein halbes Jahrhundert europäischer Kulturpolitik, die vom Autor zudem in den zeithistorischen Zusammenhang gestellt und entsprechend kommentiert werden.

Institut für Kulturpolitik (Hg.)

Jahrbuch für Kulturpolitik 2006: Diskurs Kulturpolitik

Klartext Verlag 2006, 479 S., ISBN 3-89861-570-7, 19,90 €

Die Publikation entstand anlässlich des 30jährigen Bestehens der Kulturpolitischen Gesellschaft im Juni 2006. 40 AutorInnen aus den Bereichen der Kulturpolitik, der Kulturwirtschaft und der Wissenschaft reflektieren die kulturpolitischen Diskussions- und Modernisierungsprozesse seit den 1970er Jahren. Auf dem Hintergrund der dreißigjährigen Diskursgeschichte werden neue Begründungsfolien für eine Kul-

turpolitik als Gesellschaftspolitik entwickelt, um den Herausforderungen des nächsten Jahrzehnts gerecht werden zu können und der programmatischen Debatte der Kulturpolitik neue Denkanstöße zu geben.

Sabine Hojer

Mythos Troja – Juniorkatalog

MPZ München 2006, 48 S., zahlr. Abb., ISBN 3-934554-15-6, 5,– €

Die Geschichte der schönen Helena, die vom Prinzen Paris entführt wird und um die der zehn Jahre dauernde Trojanische Krieg entbrennt, gehört zu den bekanntesten Episoden der griechischen Mythologie. Um auch Kindern und Jugendlichen einen spannenden und doch fundierten Zugang zu dieser Geschichte zu ermöglichen, hat das Museumspädagogische Zentrum anlässlich der Ausstellung „Mythos Troja" einen Juniorkatalog herausgebracht. Von der Vorgeschichte des Krieges bis zur Flucht des Aeneas aus dem brennenden Troja und der Heimkehr des Odysseus erzählt die Autorin abwechslungsreich und leicht verständlich die einzelnen Etappen des Krieges. Wer mehr zu diesem Thema erfahren möchte, findet viele Vorschläge zum Weiterlesen und einen Plan mit Hinweisen, wo man in München Kunstwerke zu diesem Sagenkreis finden kann.

Susanne Gesser/Heike Kraft

Anschauen Vergleichen Ausprobieren. Historisches Lernen in Kinder- und Jugendmuseen

Wochenschau Verlag 2006, 158 S., ISBN 3-89974223-0

Kindermuseen bieten in Ergänzung zum Schulunterricht mehr Anschaulichkeit und Freiräume für selbstbestimmtes historisches Lernen. Der Band berichtet über ihre Geschichte und bietet praktische Tipps zur Nutzung eines Kindermuseums für den Unterricht und zur Realisierung von Ausstellungen. Darüber hinaus enthält er ein kommentiertes Verzeichnis der Kindermuseen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Hans Joachim Gach

Geschichte auf Reisen. Historisches Lernen mit Museumskoffern

Wochenschau Verlag 2006, 141 S., ISBN 3-89974141-2

Museumskoffer sind ein wichtiges Hilfsmittel, um mit haptischen Quellen auch außerhalb des Museums arbeiten zu können. Gegenstände verstärken den Prozess historischen Lernens und erleichtern den persönlichen Zugang von Kindern und Jugendlichen zur Geschichte. Mit dem Museumskoffer können regionales Lernen und Museumspädagogik gut verknüpft werden. Der Band eröffnet Museumspädagogen und Lehrern neue Zugriffe auf die Präsentation von Sachüberresten und auf deren Einsatz im Geschichtsunterricht. Er enthält zudem ein Verzeichnis von Museen, die Museumskoffer anbieten.

Management und Praxis

Museumsmoderator

Lehrgang ab Januar 2007

Ab 19. Februar 2007 führt die Kulturprojekte Berlin GmbH (vormals Museumspädagogischer Dienst Berlin) in Zusammenarbeit mit der Volkshochschule Tempelhof-Schöneberg einen berufsbegleitenden Lehrgang „MuseumsModerator“ durch. Das Ziel ist die Qualifizierung für Ausstellungsbegleiter in Museen und Ausstellungen. Der Lehrgang ist geeignet für Generalisten, die sich in verschiedenen Museumssparten fortbilden wollen (Kunst, Geschichte, Technik, Film). Die Teilnehmer lernen die spezifische Didaktik der einzelnen Museumssparten sowie die aktivierende Methodik der Vermittlung kennen. Der Lehrgang umfasst 126 Unterrichtseinheiten, die auf drei Blöcke zu 5 Tagen verteilt sind. Dozenten sind Museumspädagogen aus acht Berliner Museen. Die Teilnahmegebühr beträgt 680,– €. Informationen erteilt:

Christiane.Schruebbers
@md.verwalt-berlin.de
www.museumsmoderator.de

Spurensuche in Bildern und Bewegung Ein kreativer Ansatz mit Jugendlichen

Werkstattkurs mit 2 Abschnitten,
1. Abschnitt: 1. – 4. Februar 2007

Ziel dieses Werkstattkurses ist es, Methoden aufzuzeigen, sich einem eigenen bildnerisch und darstellerisch expressiven Ausdruck zu nähern und zugleich über das eigene grafische Experiment und bewegte Studien einen Zugang zu Werken Moderner Kunst zu schaffen. Durch die Verknüpfung von Arbeitsweisen aus Rhythmik und Bildender Kunst lassen sich Wege entwickeln, die geeignet sind Jugendlichen, die bisher wenig Chancen hatten mit bildnerischen und darstellerischen Ausdrucksformen in Kontakt zu kommen, diesen Zugang zu ermöglichen.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid, Küppelstein 34
42857 Remscheid, fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Meine Zukunft, meine Ziele, mein Museum: Zielfindung und Entwicklungsstrategien im beruflichen Selbstmanagement

11. – 13. Februar 2007

Welche Ziele will ich in meinem Museum oder Projekt erreichen? Wie finde ich den Weg dahin? Was bedeutet dies für meine Persönlichkeit? Solche Fragen sind zu stellen, wenn berufliche Ziele neu oder anders zu definieren sind, ein Plan für die eigene Zukunft zu entwickeln ist. In dem Seminar werden daher im Sinne einer Stärken-Schwächen-Bilanz die wichtigsten Ansätze herausgefiltert, um im jeweiligen Arbeitsfeld weiter voranzukommen. Daraus lassen sich Strategien formulieren, die die eigene Persönlichkeit, die individuellen Einstellungen und Erwartungen mit aufnehmen sowie die berufliche Zufriedenheit im Museum und darüber hinaus erhöhen.

Mit Hilfe von Methoden des Selbst- und Zeitmanagements lassen sich solche Entwicklungsprozesse nicht nur einfach initiieren, sondern auch angemessen und erfolgversprechend strukturieren.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V.,
Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Die Kunst der Lebendigkeit (1): Grundlagen und Prinzipien der dialogischen Führung in Museen und Ausstellungen

7. – 9. März 2007

Wie erschließe ich mir ein Bild oder ein Objekt im Museum? Wie sieht eine methodische Bild- und Objektbetrachtung aus und wie kann man sie für eine lebendige dialogische Vermittlung nutzen? In diesem Seminar werden Ihnen die klassischen kunsthistorischen Methoden aufgezeigt und gemeinsam auf ihre individuelle Anwendbarkeit im Rahmen einer Führung geprüft. In Kombination mit ebenfalls vorgestellten, grundlegenden Techniken der zielgruppenorientierten Kommunikation kann die Objektorientierung schließlich auf das jeweilige Arbeitsumfeld zugeschnitten in Rollenspielen erprobt werden. Ziel dieses Seminar ist es, Bilder und Objekte zum Dreh- und Angelpunkt der eigenen Aussagen und ebenso der Aussagen der Besucher zu machen, um einen Dialog zwischen Besucher und Vermittler über das ausgestellte Objekt zu stimulieren.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V.,
Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Begegnung mit der Öffentlichkeit: Umgang mit schwierigen Situationen und Konflikten im Museumsalltag

27. – 29. März 2007, QUAM

Das Seminar verläuft im Wesentlichen im Sinne eines Gruppencoachings mit Elementen der Supervision und der kollegialen Beratung. Theoretische Grundlagen, basierend auf Erkenntnissen von Paul Watzlawick (Kommunikationspsychologie), Eric Berne (Transaktionsanalyse), Fritz Riemann (Grundformen der Angst), Carl Rogers (personenzentrierte Gesprächsführung), Ruth Cohn (themenzentrierte Interaktion) und nicht zuletzt Friedrich Schulz von Thun (Kommunikationspsychologie) werden nach Bedarf und Zeit vorgestellt, erläutert und auf ihre Verwendbarkeit im Museumsalltag hin besprochen. Daneben bestimmen Rollenspiele, bei Bedarf Übungen zur verbalen und non-verbalen Kommunikation (fokussiert auf Konfliktsituationen) sowie Konzentrations- und Entspannungsübungen den weiteren Ablauf und bereiten auf die Umsetzung in der Praxis vor.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Der Museumskoffer: Methode für neue Zielgruppen

14. – 16. April 2007

Ein wesentliches Prinzip der Museumspädagogik ist die zielgruppenspezifische Arbeit. Nicht jede museumspädagogische Methode eignet sich für jede Gruppe, für jedes Thema, für jeden Inhalt. Doch wie bei jeder Regel gibt es auch hier eine Ausnahme: den Museumskoffer. Ein Museumskoffer kann verschiedenste Objekte beinhalten und er kann differenzierte Formen annehmen. Der Museumskoffer ist beweglich, er eignet sich sowohl für den Einsatz im Museum als auch für Zielgruppen, die sich auf einen Museumsbesuch vorbereiten wollen oder aus den unterschiedlichsten Gründen nicht den Weg ins Museum finden. Der professionell zusammengestellte Koffer muss ganz bestimmten qualitativen Kriterien und Aspekten folgen, die in der Praxis über den Erfolg seiner zielgruppenspezifischen Anwendung entscheiden. In diesem Seminar werden wir Ihnen an praktischen Beispielen und Einsatzmöglichkeiten verschiedene Koffer für unterschiedliche Besuchergruppen demonstrieren und diskutieren, ebenso werden Sie die Möglichkeit haben, Ihren eigenen Museumskoffer vorzustellen oder auch selbst zu packen.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Komponierte Inszenierung: Der Raum und die Ausstellung

29. April – 1. Mai 2007

Bei der Entwicklung und Umsetzung einer Ausstellung spielt neben konzeptionellen und inhaltlichen Aspekten immer auch der Umgang mit dem Raum, in dem die Präsentation entfaltet werden soll, eine primäre Rolle. In jedem Fall gelten dabei diese Konstanten: Ein Raum ist weder neutral noch

variabel oder austauschbar. Manchmal passen die Räume zu den Inhalten und ergänzen eine Gestaltung, doch nicht immer dient die räumliche Hülle der Geschichte, die erzählt werden soll. Anhand konkreter Darstellungen und Projektbeispiele stellen wir Ihnen die Grundlagen der räumlichen Ausstellungsplanung für Museums- und andere Ausstellungsräume vor. Planungsinstrumente für die Ausstellungspraxis und eine praktische Arbeit am Modell wird Sie für den bewussten Umgang mit Raum sensibilisieren.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Fesselnde Momente und zündende Erkenntnisse: Planung und Organisation von Bildungsprozessen für besondere Zielgruppen in Kunstmuseen

13. – 15. Mai 2007

So verschieden Museen in ihren Sammlungen, ihrer Größe und in ihren Zielsetzungen sein können, eines haben alle gemeinsam: Sie wollen immer mehr Besucher ansprechen und erreichen. Und gleichzeitig möchten sie ihrem eigenen Bildungsanspruch genüge tun. Um eine dauerhafte Qualität der Bildungsangebote erfolgreich behaupten zu können, sind für die verschiedenen Zielgruppen entsprechende museumspädagogische Konzepte zu entwickeln, die ihnen neben kultureller Bildung und Wissensinformationen auch eine Teilhabe ermöglichen. Wie aber gelingen diese partizipatorischen Bildungsprozesse? Welche Strukturen sind dafür aufzubauen? Und welche Widersprüche tun sich unter Umständen dabei auf? Anhand einer Planskizze werden exemplarisch Fragestellungen und Grundlagen eines museumspädagogischen Konzepts für besondere Zielgruppen im Seminar entwickelt und Planungsprozesse aufgezeigt. Zudem werden bereits angewandte Konzepte mit langfristiger Partizipation von Besuchern aus Kunstmuseen vorgestellt und gemeinsam mit Ihnen analysiert und diskutiert.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V.,
Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Wirksam schreiben

12. – 16. Februar 2007

Knapp, treffend und wirksam zu schreiben, ist eine Kunst. Wer sich mit eigenen Botschaften in der allgemeinen Informationsflut bemerkbar machen will, muss an seinen Texten feilen. Der Kurs vermittelt Spaß am Schreiben und ein wenig Handwerkszeug. Aus dem Programm: Schreib-Blockaden lösen: kreative Methoden und Techniken zur Text-Entwicklung; Titel – Themen – Texte: Reiz- und Schlüsselwörter gezielt placieren; Schreib-Übungen: Informationen präzise und prägnant formulieren; redaktionelles Arbeiten: ansprechende Texte für unterschiedliche Zielgruppen produzieren; Glossen und Kolumnen: kreative Elemente von Corporate Communication.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid,
Küppelstein 34
42857 Remscheid,
fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Auf allen Kanälen – Online-Kommunikation für Teams, Projekte und Beratungsprozesse

12. – 30. März 2007,
Präsenzveranstaltung 12. – 13.3.2007

Während die Informationsbeschaffung per Internet einen festen Platz in weiten Bevölkerungskreisen eingenommen hat, bleiben die kommunikativen Möglichkeiten bisher eher auf spezielle, manchmal mit einem bestimmten Lebensstil verbundene Gruppen beschränkt. In dieser Fortbildung können aktuelle Kommunikationswege des Internet kennengelernt, erprobt und in ihrer Bedeutung für Team- und Projektarbeit sowie für Beratungsprozesse eingeschätzt werden. „Voice over IP“, Internet-Konferenzen und Wikis sind Schlagworte, durch die diese Möglichkeiten charakterisiert werden. Im Rahmen von praktischen Übungen in virtuellen Kleingruppen wird die technische Bedienung erlernt und die damit verbundenen Kommunikationsmöglichkeiten und -formen für verschiedene Einsatzbereiche werden erprobt.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid,
Küppelstein 34
42857 Remscheid,
fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Video-Basics

26. – 30. März 2007

Im Mittelpunkt dieses Kurses stehen die technischen, gestalterischen und dramaturgischen Grundlagen von Video: Von der Ideenfindung über Exposé zu Storyboard und Drehbuch. Nach einer Einführung in die Arbeit mit dem Camcorder folgen Dreharbeiten, Schnittplan und digitaler Videoschnitt am PC. Dabei werden insbesondere die videospezifischen Gestaltungsmittel wie Kameraperspektiven, Bildausschnitte, Schnittfolgen usw. behandelt. Die Vermittlung der Grundlagen erfolgt über Inputs und praktische Übungen in Kleingruppen. In diesem Rahmen werden auch Kursprojekte geplant und durchgeführt.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid, Küppelstein 34
42857 Remscheid, fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Professionelles Redenschreiben – für sich und Andere

6. – 8. Mai 2007

Wer eine Rede – für sich oder andere – schreiben muss, schiebt diese lästige Aufgabe häufig vor sich her oder gleich von sich. Eine Rede zu schreiben aber macht Spaß und ist eines der wichtigsten Mittel für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit. Wer mit dem richtigen Handwerkszeug ausgestattet ist, Tricks und Kniffe kennt, den Respekt vor der großen Rhetorik und den scheinbar professionellen Rednern abgelegt hat, wird ein Unikat verfassen, das ankommt, auffällt, bewegt und im Gedächtnis der Zuhörer bleibt. Im Seminar beschreiten Sie den Weg vom leeren Blatt bis zum fertigen Manuskript. Auf der Grundlage von Erkenntnissen aus Rhetorik, Linguistik und Sprechwissenschaft, anhand einer Vielzahl von Beispielen, durchsetzt mit kleinen Übungen, arbeiten Sie selbst an einer kleinen Rede. Eine Literaturliste und praxisorientierte und -bewährte Checklisten, die im Ernstfall schnell und effektiv abgearbeitet werden können, ersetzen in diesem Trainingsseminar das übliche Seminarmaterial.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

PR online

25. April – 8. Juni 2007,
Präsenzveranstaltung 25. – 27.4.2007

Ein schneller, kostengünstiger und unbürokratischer Service zur Bereitstellung von Texten und Bildern per E-Mail, als Newsletter, auf der Homepage und in speziellen Formaten – wie z.B. als Blog – wird von Journalisten zunehmend genutzt und gern in Anspruch genommen. In diesem Kurs werden theoretische und praktische Grundlagen der Public Relations, das Verfassen und Verbreiten von Presse-Informationen, der Umgang mit Websites und E-Mail bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, und der Einsatz von Online-Medien in PR-Aktionen anhand von grundlegenden Inputs und praxisorientierten Materialien intensiv vermittelt. In jeder der 6 einwöchigen Onlinephasen erhalten die TeilnehmerInnen ausführliche, grundlegende Inputs und praxisorientierte Arbeitsmaterialien. Daran anknüpfende Analyse-, Formulierungs- und Strukturierungsaufgaben werden von den Teilnehmern individuell gelöst und auf der Lernplattform diskutiert.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid,
Küppelstein 34
42857 Remscheid,
fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Markt und Ökonomie

Kooperation als Managementaufgabe von Museen – Maßnahmen, Methoden und Modelle der gezielten Vernetzung

18. – 20. März 2007, in Kooperation mit dem Museum für Kommunikation, Hamburg

Museen sehen ihre Einsparpotenziale zunehmend als erschöpft und Kernaufgaben als nicht mehr abdeckbar an. Kooperationen werden von den Museen selbst, aber auch von ihren Trägern, als nutzbringend oder gar ihr Überleben sichernd eingeschätzt. Nicht selten münden diese Allianzen und Netzwerke in festen Zusammenschlüssen. In den meisten Fällen verstärkt sich die Schlagkraft durch Bündelung der Kräfte, in anderen Fällen werden erst durch das Zusammenspiel der Partner neue Leistungen ermöglicht. Das Museum wird so um Dimensionen und Horizonte in vielerlei Hinsicht erweitert. Wir werden Sie in diesem Seminar u.a. mit Zielsetzungen, mit der Auswahl der Partner, mit Finanzierungsaspekten, mit der Fixierung von Rechten und Pflichten und dem Verhaltenskodex beschäftigen.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Fundraising – Partnerschaften für Jugend, Bildung und Kultur

Berufsbegleitende Fortbildung mit 3 Kursabschnitten,
1. Abschnitt: 19. – 23. März 2007

Die Finanzierung von Angeboten der Jugend-, Bildungs- und Kulturarbeit wird schwieriger und komplizierter. Institutionen und Verbände gehen immer öfter dazu über, ihre Projekte mit externen Partnern und Finanzquellen zu realisieren. Für diese Art der zusätzlichen Mittelbeschaffung und Unterstützung durch Förderer setzt sich zunehmend der Begriff des Fundraising durch. Die Fortbildung vermittelt systematisch Kenntnisse sowie praxistaugliche Tipps, die zur Akquisition von Spenden, Stiftungsgeldern, öffentlichen und privaten Förder-Fonds und zur Gestaltung von Sponsoring-Partnerschaften notwendig sind.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid, Küppelstein 34
42857 Remscheid, fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

ForumKultur: Kulturtourismus Best-practice-Modelle aus dem Bereich des Kulturtourismus

22. – 24. April 2007

Kultur und Tourismus ist kein Widerspruch – jedenfalls nicht dort, wo es zu einer sinnvollen Zusammenführung und professionell organisierten Symbiose beider Phänomene kommt. Dabei soll keineswegs übersehen werden, dass sich beide Seiten zunächst über ökonomische Interessen nähern, bevor es dann zu einer wirklichen inhaltlichen Verschmelzung der beiderseitigen Stärken kommt. Wir bieten mit diesem Forum Ort und Raum für Beispiele gelungener Konzepte aus dem Bereich des Kulturtourismus.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808 415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

tagen und versammeln

SPIELMARKT '07 Spielen: Brücke zwischen den Generationen

22. + 23. Februar 2007

Der SPIELMARKT in der Akademie Remscheid ist bundesweit das größte alljährliche Forum zum spielpädagogischen Erfahrungsaustausch. Rund 60 Institutionen, Gruppen, Initiativen und Fachleute stellen ihre Arbeit mit Ausstellungsständen, in kurzen Workshops, Fachforen und Fachvorträgen vor und bieten für alle BesucherInnen einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in der Spielpädagogik. In einer Zeit gesellschaftlicher Umbrüche und Neustrukturierungen suchen junge und alte Menschen gleichermaßen nach Orientierung. Die Diskussion einer wachsenden Überalterung und alle daraus resultierenden Belastungen erschweren zunehmend den Dialog zwischen den Generationen. Spiele bieten eine gute Möglichkeit, miteinander in Kontakt zu kommen und gemeinsam zu handeln. Spielpädagogische Methoden helfen, sich über Orientierungen zu verständigen und neue Formen des Zusammenspiels auszuprobieren und zu entwickeln.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid, Küppelstein 34
42857 Remscheid, fon 02191-794 0
e-mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Neues vom „Kompetenznachweis Kultur“

Bisher wurde der Kompetenznachweis Kultur der BKJ ausschließlich in Angeboten kultureller Jugendbildung außerhalb von Schule vergeben. Viele Fachkräfte, vor allem diejenigen, die zunehmend Kooperationen mit Schulen eingehen, haben diese Einschränkung sehr bedauert, weil sie ein wichtiges Instrument ihrer Arbeit nicht überall einsetzen können. Mit den Kolleginnen und Kollegen der BKJ und dem BKJ Vorstand haben sie eine Fachdebatte angeregt und engagiert geführt.

Es zeichnete sich schnell ab, dass eine grundsätzliche Öffnung zur Schule von allen Beteiligten ausdrücklich begrüßt wurde. Allein zu welchen Konditionen diese Öffnung sich vollziehen solle, wurde zum Teil unterschiedlich eingeschätzt. Alle waren sich jedoch darüber einig, dass die Prinzipien kultureller Bildungsarbeit unbedingt erhalten bleiben müssen und zugleich die Möglichkeit bestehen soll, den Kompetenznachweis Kultur nicht nur in den originären Einrichtungen kultureller Bildungsarbeit vergeben zu können. So ist am Ende dieser Debatte ein Konsens gefunden worden: Die Vergabekriterien zum Kompetenznachweis Kultur werden durch einen Passus ergänzt, der explizit Schule und andere Arbeitsfelder als potenziellen Ort der Vergabe zulässt.

Der BKJ Vorstand findet wichtig: Nicht der Ort soll über die Vergabe des Kompetenznachweises Kultur entscheiden, sondern das konkrete Angebot. Dieses müsse allerdings an den Prinzipien kultureller Bildungsarbeit orientiert sein und die anderen Vergabekriterien des Kompetenznachweises Kultur erfüllen.

Die BKJ bedankt sich bei allen, die sich so engagiert an der Diskussion beteiligt haben! Das ist ein deutliches Signal dafür, dass das Netzwerk Kompetenznachweis Kultur (NetKK) ein lebendiger Zusammenschluss ist, der zum Ziel hat, möglichst vielen Jugendlichen den Kompetenznachweis Kultur zugänglich zu machen.

Für weitere Informationen siehe: www.kompetenznachweiskultur.de

Per PDA den Kaiserpfalz-Rundgang entdecken

In naher Zukunft entdecken Besucher die geschichtlichen Hintergründe der 18 Denkmäler des Kaiserpfalz-Rundweges in Ingelheim mit Hilfe eines PDAs (Personal Digital Assistant) inklusive Kopfhörer. In Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Kaiserpfalz Ingelheim realisiert Eyeled ein GPS-gesteuertes Führungssystem. Die Besucher können ihren Standort auf einer Karte nachvollziehen, sehen die Routen zu dem gewünschten Ziel und werden sprachgesteuert dort hingeführt. An den Denkmälern erhalten sie ausführliche Informationen in Form von Bildern und Sprechtext und werden so auf spannende Art und Weise an die historischen Hintergründe herangeführt.

Für dieses Projekt hat Eyeled eng mit dem Institut für Geoinformatik an der Universität Münster zusammengearbeitet. Dort wird unter der Leitung von Prof. Dr. Antonio Krüger, einem der Gesellschafter der Eyeled GmbH, im Bereich Fußgängernavigation geforscht. Die Ergebnisse dieser Forschung sind in die Umsetzung des Führungssystems für Ingelheim eingeflossen.

Ein erster Prototyp wurde den Verantwortlichen der Forschungsstelle Kaiserpfalz Ingelheim Anfang September 2006 präsentiert. Der Einsatz des

neuen Führungssystems in einer ersten Testphase ist für Anfang November geplant. Nähere Informationen zu dem historischen Rundweg durch die Kaiserpfalz gibt es auf www.kaiserpfalz-ingelheim.de unter der Rubrik „Besucherinfo“.

Multimedia-Wettbewerb schule@museum: Sieger gekürt

Die Aufregung war groß am 22. September 2006 im Museum für Kommunikation in Frankfurt! Neun Schülergruppen waren zur Endrunde des bundesweiten Multimedia-Wettbewerbs schule@museum angereist. An diesem Tag sollten die vier Sieger des Wettbewerbs – in jeder Altersgruppe einer – gekürt werden.

Bei der Abschlussveranstaltung des bundesweiten Multimedia-Wettbewerbs schule@museum im Frankfurter Museum für Kommunikation präsentierten die Schülerinnen und Schüler vor rund 100 Gästen und einer hochkarätig besetzten Jury ihre Projektergebnisse. Über ein Schuljahr hinweg hatten sie engagiert und mit Herzblut an ihren schule@museum-Projekten gearbeitet, die die beiden Lernorte Schule und Museum durch ein gemeinsames Multimedia-Projekt verbinden sollten.

Und dann stand die Jury vor einer schweren Entscheidung. Am Ende machten die vier Projekte „Schatzkästchen“ (Oberursel, Hessen), „Kinder, Kinder“ (Ahrensburg, Schleswig-Holstein), „Frauenleben gestern und heute“ (Bamberg, Bayern) und „Otto Dix – eine Annäherung“ (Landau an der Isar, Bayern) das Rennen.

Die Qual der Wahl

Den Startschuss für den bundesweiten Multimedia-Wettbewerb schule@museum hatten die Projektinitiatoren der drei kooperierenden Verbände, des Deutschen Museumsbundes, des BDK-Fachverbands für Kunstpädagogik und des Bundesverbands Museumspädagogik, am 22. September 2005 im Museum für Kommunikation in Hamburg mit einem maritimen Schiffshorn gegeben. Über 80 Projekte hatten sich von da ab beim Wettbewerb angemeldet, davon blieben bis zum Abgabeschluss 56 Teilnehmergruppen bei der Stange.

Die Titel der eingereichten Projektideen zeigen, wie vielfältig die Kooperationen zwischen Schulen und Museen sein können. Sie handeln von Weltreligionen („Buddhismus für Teens! Eine Weltreligion von Teens für Teens präsentiert“), von Bildern, die sich verselbständigen („Flying pictures“) oder haben einen künstlerischen Anspruch („Keim – Ein künstlerisches Multimediaprojekt“). Oder sie machten neugierig, welche Einfälle sich wohl hinter dem Projekt „Einfallspinsel“ verbergen. Je nach beteiligtem Museum waren die Projekte historisch, künstlerisch, kulturgeschichtlich oder technisch ausgerichtet.

Über 1800 Schülerinnen und Schüler von 5 bis 21 Jahren waren in den 56 abgegebenen Projekten engagiert am Werk. Im Unterricht und oftmals darüber hinaus freiwillig auch in der Freizeit arbeiteten die Jugendlichen das selbst gewählte Thema multimedial für den Computer oder das Internet auf. *„Alle Projekte haben erstaunliche Ergebnisse gebracht“,* so Jury-Mitglied Hannelore Kunz-Ott vom Bundesverband Museumspädagogik. Trotzdem musste die Jury aus Vertretern von Museen, Medien und der Kultur am 22. September in Frankfurt die Sieger der vier Altersstufen bestimmen. Die Fülle der interessanten Themen und die liebevollen Umsetzungen machte die Auswahl schwer. Letztlich entschieden sich die Jury-Mitglieder aber doch. Die Sieger stellen wir Ihnen hier vor:

Altersgruppe 5–10 Jahre (Klasse 1–4): Schatzkästchen Vortaunusmuseum (Oberursel, Hessen)

Das Kooperationsprojekt der Grundschule Mitte Oberursel und des Vortaunusmuseums ist ein einfach gestaltetes, aber kreatives Bilderrätsel zu Objekten des Museums. Jedes Kind entwarf dabei zu einem eigenen Alltagsgegenstand aus dem Museum Beschreibungstexte, Fragen und die dazugehörigen Antworten. Witzige akustische und optische Signale individuell zu jedem Gegenstand zeigen dem Spieler, ob er mit seiner Antwort richtig liegt.

Die Jury lobte das Bilderrätsel mit Motiven aus dem Vortaunusmuseum besonders wegen seiner *„spielerischen, witzigen und multimedialen Umsetzung“.*

Altersgruppe 11–13 Jahre (Klasse 5–7): Kinder, Kinder! Wie wohl Kinder im 18. Jahrhundert im Schloss Ahrensburg gelebt haben . . . ?! (Ahrensburg, Schleswig-Holstein)

Beim Gemeinschaftsprojekt der Stormarnschule und des Schlosses Ahrensburg haben Schülerinnen und Schüler ein Schulhalbjahr lang erforscht, wie Kinder aus verschiedenen Schichten im und um das Ahrensburger Schloss im 18. Jahrhundert gelebt haben. Was sie bei ihrer Spurensuche herausgefunden haben, veröffentlichten die Kinder in eigenen Weblogs. Ein selbst entwickeltes Museums-Entdeckungsspiel für PDAs steht darüber hinaus nun auch anderen Schulklassen für die Entdeckungsreise im Schloss zur Verfügung.

Das Projekt „Kinder, Kinder“ überzeugte die Jury vor allem auf Grund seiner *„Mehrdimensionalität, in der die verschiedenen Bausteine Erforschen, Geschichten erfinden und deren szenische Umsetzung verbunden wurden. Mit Originalität und Vitalität macht die Präsentation die kindliche Entdeckerfreude spürbar.“*

Altersgruppe 14–16 Jahre (Klasse 8–10): Frauenleben gestern und heute (Bamberg, Bayern)

Die Website der Maria Ward Realschule Bamberg entstand gemeinsam mit dem Historischen Museum der Stadt. Anhand von fünf Frauenbildnissen des Museums beschäftigten sich die Schülerinnen mit den unterschiedlichen gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen, in denen Frauen gestern und heute lebten und leben. Durch die intensive Auseinandersetzung mit den Bildern etwa durch Nachstellen der Porträts, Rollenspiele oder Kleidertausch wurden die Schülerinnen angeregt, ihren eigenen Standpunkt zu finden. In einer ästhetisch gestalteten Website wurden Texte, Fotomaterial, Collagen, digitale Bildbearbeitungen und Bildanimationen zusammengeführt.

Besonders gefiel der Jury das Projekt „Frauenleben gestern und heute“, weil *„an der ästhetisch gestalteten Website die intensive Auseinandersetzung mit den Bildern ablesbar ist. Form und Inhalt wurden adäquat umgesetzt.“*

Altersgruppe 17–21 Jahre (Klasse 11–13): Otto Dix – eine Annäherung

Die Retrospektive zu Otto Dix im Museum Ostdeutsche Galerie Regensburg bot dem Leistungskurs Kunst des Gymnasiums Landau an der Isar Anlass für eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Werk des Malers. Der Arbeitsauftrag lautete „Dix – Heute?!“, eine Transponierung der zentralen Dix-Themen Hunger, Krieg, Leid aber auch Luxus, Eitelkeit und Schönheitskult in die heutige Welt. Die eigenen Arbeiten, aber auch darüber hinausgehende Fotos und Videos und Interviews wurden in einer gemeinsam mit der FH Deggendorf realisierten Internetpräsentation eingebunden. Die flashbasierten Plattformen bieten eine höchst ansprechende und kreative Auseinandersetzung mit dem Werk Otto Dix’.

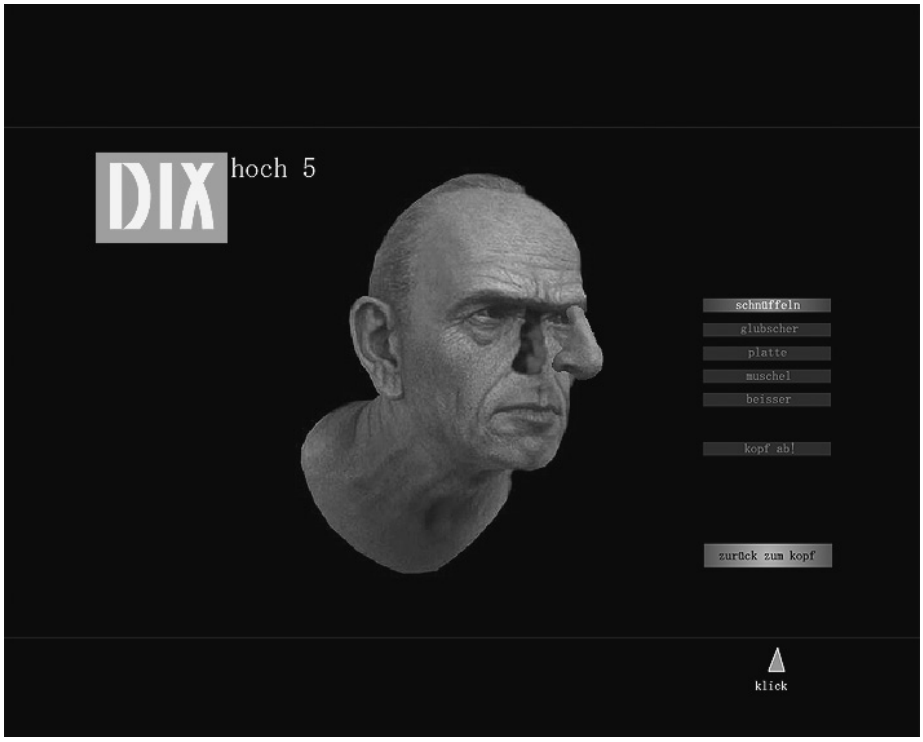
Vor allem mit ihrer *„dichten und vielschichtigen gesellschaftspolitischen und ästhetischen Annäherung“* an den Maler Otto Dix überzeugten die Schülerinnen und Schüler des Dix-Projektes die Jury.

Alle für die Endrunde ausgewählten Projekte können auf der Website des Wettbewerbs schule@museum betrachtet werden und stehen damit als Vorbildprojekte zur „Nachahmung“ zur Verfügung.

Zusätzlich zu den für die Endrunde ausgewählten Projekten entschieden sich die Juroren, zwei Projekten wegen ihres Vorbildcharakters eine besondere Anerkennung auszusprechen.

Anerkennung für Projekte mit Impulscharakter: . . . herrrein spaziert! Wir lassen die Puppen tanzen

Die Schülerinnen und Schüler der Förderschule Don-Bosco in Bad Kreuznach für ganzheitliche Entwicklung von geistig behinderten Menschen beschäftigten sich im Rahmen des Projekts intensiv mit dem neu eröffneten Museum für PuppentheaterKultur. Durch die Beschäftigung mit und die Herstellung von Marionetten wurde die Themenstellung des Museums verarbeitet. Aus der Kooperation der beiden Institutionen ergaben sich eine Vielzahl von Lernmöglichkeiten. Das Gemein-



Kontakt: Projektbüro schule@museum
Monika Dreykorn, Fon: 0911-7 66 12 39
info@schule-museum.de
www.schule-museum.de

schaftsprojekt eröffnete den Schülern eine neue Welt und zeigt, dass sich Museen auch für diese Schulart als Ort vertiefenden Lernens eignen.

kunst + medien: kunst mit schüleraugen gesehen

Das über drei Jahre laufende Projekt des Kunstmuseums Bayreuth mit sieben Bayreuther Schulen besticht durch seine umfassende Konzeption. In Zusammenarbeit mit dem städtischen Medienzentrum und verschiedenen Museums-, Gestaltungs-, Kunst- und Medienpädagogen entstand eine reichhaltige und vielfältige Website zum Bestand des Museum und zur Kunstgeschichte allgemein. Die Koordinationsleistung, sieben Schulen in ein Netzwerk einzubinden, das gemeinsam an einem Projekt arbeitet, und das sehenswerte und inhaltsreiche Ergebnis verdienen Respekt.

Der Wettbewerb schule@museum

Mit Computer und Internet sollten im vergangenen Schuljahr Schülerinnen und Schüler beim bundesweiten Multimedia-Wettbewerb schule@museum Museumsobjekte zum Leben erwecken. Schulklassen und Kurse waren aufgerufen, aktiv mit dem kulturellen Erbe im Museum umzugehen und gemeinsam mit einem Partnermuseum eine Multimedia-Produktion für das Internet zu erstellen. schule@museum ist eine Gemeinschaftsinitiative des Deutschen Museumsbunds, des Bundesverbands Museumspädagogik und des BDK-Fachverbands für Kunstpädagogik. Der bundesweite Multimedia-Wettbewerb wurde mit großzügiger Unterstützung der PwC-Stiftung Jugend-Bildung-Kultur durchgeführt. schule@museum ist außerdem Netzwerk-Partner der Initiative Kinder zum Olymp.

Bundesverband

Crossover – Vermittlungskonzepte in neuen Museen und museumsähnlichen Einrichtungen

Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. mit dem Museumsdienst Hamburg

Die Speicherstadt in Hamburg war vom 12. bis 14. Oktober Schauplatz der diesjährigen Jahrestagung des BVMP. Der Tagungsort hätte nicht besser gewählt werden können: Vom Körber-Forum an der Kehrwiederspitze war der Wandel Hamburgs und seines Hafens durch großzügig verglaste Wände deutlich sichtbar. Die Stadt steht zur Zeit mit einer Vielzahl von Museumsprojekten im Mittelpunkt der Entwicklung neuer kultur- und bildungspolitischer Ziele. Gleichzeitig bildet sich eine privat finanzierte Ausstellungsszene heraus, die mit ihren populären Konzepten einen eigenen Beitrag leistet. Die Tagung selbst sollte ebenfalls ein erstmaliger Versuch sein, eine Plattform zur Diskussion verschiedener Vermittlungskonzepte zu bieten.

Von Beginn an stand der Begriff des Erlebnisses im Mittelpunkt der Diskussionen. In mehreren Beiträgen wurde spürbar, dass der Trend fort vom traditionellen Anschauungsmuseum und hin zum neuen Typ eines Erlebnismuseums inzwischen weit fortgeschritten ist. Selbst altehrwürdige Häuser beginnen sich als authentische Erfahrungswelten neu zu entdecken und ihr öffentliches Image darauf abzustimmen. Didaktische Konzepte, Hinwendung zum Besucher, Verständlichkeit und Emotionalität sind inzwischen keine Begriffe mehr, die die Museumspädagogik alleine betreffen; sie gelten in nicht wenigen Fällen als Maßstab für das gesamte Wirken der Institution Museum. Neues Lernen und Forschen – in der Museumspädagogik seit langem Standard – sind hierbei auch in anderen Bereichen von Kultur-, Technik-, und Wissenschaftsvermittlung angekommen. Die Besuchergruppenforschung trägt nicht unmaßgeblich zur Neuprofilierung bei. Die Zielgruppen einzelner Museumstypen lassen sich soziologisch in kulturelle Milieus unterscheiden. Kunstgalerien und Technikmuseen bewegen sich dabei zum Beispiel in völlig verschieden Besuchersegmenten. Der Ausstellung ist es kaum möglich, Publikum aus anderen Milieus ins Museum zu locken. Ob dies auch für die vielfältigen museumspädagogischen Aktivitäten gilt, ist eine offene Frage. Die Antwort darauf kann erst eine weiterführende Besucherforschung erbringen.

Exkursionen zu verschiedenen Hamburger Museen und Ausstellungseinrichtungen, organisiert von den Regionalverbänden, bildeten gleichsam den Kern der Gesamtveranstaltung. Elf unterschiedliche Einrichtungen vom Hamburg-Dungeon bis zum Deutschen Zollmuseum stellten vor Ort ihre Konzeptionen den Tagungsteilnehmern vor. Allein die verschiedenen Museumssparten scheinen sich dabei mitunter um Welten voneinander zu unterscheiden. Das Erstaunen war nicht selten groß – das Erlebnis dabei allerdings auch. So boten gerade die Exkursionen vielfältigen Diskussionsstoff: ein echtes Crossover.

Eingebettet in die Jahrestagung fand die Mitgliederversammlung des BVMP statt. Gabriele Kindler verließ nach langen Jahren den Vorstand, Antje Kaysers folgte ihr auf den Sitz der Zweiten Vorsitzenden nach. Die anderen Vorstandsmitglieder wurden in ihrem Amt bestätigt.

Ralph Stephan

Kindermuseum

Die Rubrik Kindermuseum wird redaktionell von Nicole Scheda betreut, Sprecherin des Bundesverbands Museumspädagogik zum Thema Kindermuseum. Informationen zu diesbezüglichen Neueröffnungen, Tagungen, Publikationen etc. bitte an: Nicole Scheda, Email: nicole.scheda@gmx.de

Jean Tinguely im Kunstmuseum Bonn

Rund 2.000 Kinder und Jugendliche besuchten im Laufe der Sommermonate im Kunstmuseum Bonn die Veranstaltungen in der Ausstellung „Jean Tinguely – Es bewegt sich alles, Stillstand gibt es nicht." Und viele weitere Besucherinnen und Besucher setzten das imposante „Hippopotamus" in Bewegung, zeichneten Schattenbilder an die Wand des Ausstellungsraumes, bestaunten die Maschinen-Graphiken sowie 17 witzige kleine Skulpturen einer Privatsammlung oder machten sich an dem Werktisch zu schaffen, wo sie mit Malmaschinen und einem großen Fundus an Metallteilen und ungewöhnlichen Materialien aktiv wurden. Vom 30. September bis zum 14. Januar 2007 ist die Ausstellung im Kindermuseum des Lehmbruckmuseums in Duisburg zu sehen. Ein Begleitheft mit Informationen und Anregungen kann erworben werden (3,– €).

Kontakt: sabina.lessmann@bonn.de
cbk@lehmbruckmuseum.de

Das Mobile Kindermuseum

Kinder wollen nicht lange stillsitzen, nicht immer nur zuhören und still sein und vor allem strotzen sie vor Tatendrang. Nach jahrelanger Mitarbeit im Projekt Kindermuseum Hamburg, dem heutigen „Click!", und nach noch mehr Jahren freier Mitarbeit am Museum für Völkerkunde in Hamburg gründete die Museumspädagogin Ulrike Neidhöfer nach dem Konzept des „Hands On!" amerikanischer und skandinavischer Kindermuseen ein mobiles Projekt: Das Mobile Kindermuseum. Museen, die keine eigene museumspädagogische Abteilung haben, werden mit einem gut überschaubaren Aufwand an Kosten, Zeit, Raumnutzung und personeller Unterstützung mit Projekten zum Mitmachen, Selberbauen und sogar mit interaktiven Ausstellungen für Kinder beliefert.

Mittlerweile gehören nicht nur Museen zu den Kunden des Mobilen Kindermuseums. Gemeinnützige Vereine und gewerbliche Anbieter wünschen sich oft ebenfalls Aktionsprogramme für Kinder, bei denen nicht nur tatenlos konsumiert wird. Für Wasserwerke ist daher „Das Wasserlabor" mit Experimenten und Spielen der Renner, mancher Chemiebetrieb ist verblüfft über „Das Chemielabor", in dem geschüttet, gerührt, gekocht und gekokelt wird. In den Werkstatt-Projekten werden Dampfboote, Detektorradios, Alarmanlagen, Uhren und vieles mehr gebaut.

„Der Pisa-Schock hat eine Wende im Bewusstsein vieler Erwachsener bewirkt", sagt die Initiatorin des Mobilen Kindermuseums, Ulrike Neidhöfer, *„viele GeschäftsführerInnen und MuseumsleiterInnen sind gleichzeitig Mütter und Väter und wünschen sich für ihr Museum oder ihren Betrieb ein herausforderndes und kreatives Kinderprogramm mit einem thematischen Zuschnitt."*

Auch Kindertagesstätten, Schulen, Schulvereine und mittlerweile Fortbildungsveranstaltungen für ErzieherInnen und GrundschullehrerInnen profitieren von den mobilen Projekten, die nicht nur aus naturwissenschaftlich-technischen Themenfeldern gewählt sind. So gibt es etwa ein Projekt zum Thema Geld, ein Projekt zum Thema Japan, eine Werkstatt mit Recyclingmaterial und eines mit Spielen und Spielzeugen aus aller Welt. Bei der Einwerbung von Mitteln für größere Projekte ist Ulrike Neidhöfer gerne behilflich, damit das pädagogische Programm „Herz, Hand und Kopf" für alle aufgeht.

Ulrike Neidhöfer
Lichterfelder Straße 30
21502 Geesthacht
Fon 04152-83 61 24
e-mail u.neidhoefer@gmx.de
www.dasmobilekindermuseum.de

Bundesverband Museumspädagogik e.V.
www.museumspaedagogik.org
Bundesverband Museumspädagogik e.V.
Dr. Hannelore Kunz-Ott
Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen
Alter Hof 2
80331 München
fon 089-2101 40 27, fax -2101 40 40
e-mail hannelore.kunz-ott@blfd.bayern.de

Baden-Württemberg
www.museumspaedagogik.org/VMP-BW
Verein für Museumspädagogik Baden-
Württemberg e.V.
Regina Ille-Kopp
Stadtmuseum Hornmoldhaus
Hauptstraße 61-63
74321 Bietigheim-Bissingen
fon: 07142-74 360, fax: -74 353
e-mail r.ille-kopp@bietigheim-bissingen.de

Bayern
www.museumspaedagogik.org/LAKMPB
Landesarbeitskreis
Museumspädagogik Bayern e.V.
Eva-Marie Weber
Museum Mensch und Natur
Schloss Nymphenburg
80638 München
fon 089-17 95 89 114/0, fax -17 95 89 100
e-mail weber@musmn.de

Hessen
Arbeitskreis Museumspädagogik
Hessen e.V.
Katja Rödel
Kurhessenstraße 59
60431 Frankfurt/Main
fon 069-51 69 56, fax -95 11 28 07
e-mail katja.roedel@freenet.de

Norddeutschland
www.ak-museumspaedagogik.de
Arbeitskreis Museumspädagogik e.V.
Norddeutschland
Hans-Georg Ehlers-Drecoll
Schwedenspeicher/MPD
Am Wasser West
21683 Stade
fon 04141-32 22, fax -457 51
e-mail aknord@web.de

Ostdeutschland
www.museumspaedagogik.org/akmpo
Arbeitskreis Museumspädagogik
Ostdeutschland e.V.
Elke Schaar
Stadtgeschichtliches Museum Leipzig
Böttchergässchen 3
04109 Leipzig
fon 0341-965 13 15, fax -965 13 52
e-mail eschaar@leipzig.de

Rheinland-Pfalz/Saarland
Arbeitskreis Museumspädagogik
Rheinland-Pfalz/Saarland e.V.
Ullrich Brand-Schwarz
Museum Herxheim
Untere Hauptstraße 153
76863 Herxheim bei Landau
fon 07276-502 477
e-mail brand-schwarz@museum-herxheim.de

Rheinland und Westfalen
www.museumspaedagogik.org/AKMPRW
Arbeitskreis Museumspädagogik
Rheinland und Westfalen e.V.
Gerhard Ribbrock
Kunstmuseum in der alten Post
Viktoriaplatz 1
45468 Mülheim/Ruhr
fon 0208-455 41 72, fax -455 41 34
e-mail gerhard.ribbrock@stadt-mh.de

kurz gefragt

Elke Schaar ist Museumspädagogin im Stadtgeschichtlichen Museum Leipzig und 2. Vorsitzende im Vorstand des Arbeitskreises Museumspädagogik Ostdeutschland e.V

Gehst du auch im Urlaub ins Museum?

Kaum. Im Urlaub genieße ich gemeinsam mit meinem Mann fast ausschließlich die Natur, erfreue mich an Land und Leuten, einem guten Glas Wein und landestypischem Essen.

Welches Museum oder welche Ausstellung hat dich in der letzten Zeit am meisten beeindruckt?

Die Fotoausstellung NOCH MAL LEBEN, eine Ausstellung über das Sterben, im Deutschen Hygiene-Museum Dresden im November 2004.

Sie zeigte großformatige Schwarz-Weiß-Fotografien, die kurze Zeit vor und unmittelbar nach dem Tod der Porträtierten entstanden sind. Berichtet wurde von den Erfahrungen, Ängsten und Hoffnungen der Sterbenden, die noch einmal zu Wort kamen. Die Stimmung in der viel besuchten Ausstellung werde ich nie vergessen.

Welches Museum oder welche Ausstellung aus der letzten Zeit hat dir überhaupt nicht gefallen und warum?

Ich kann jedem Museum oder jeder Ausstellung etwas abgewinnen. Es ist wie mit den Menschen. Kaum jemand ist generell gut oder schlecht.

Was ist für dich das Wichtigste am Museum?

Objekte sollten so präsentiert werden, Schautafeln und Texte so gestaltet und beschaffen sein, dass sie informieren, zum Nachdenken anregen und Fragen aufwerfen. Wichtig sind für mich Flair, Charme und eine einladende, ermutigende Atmosphäre. Ich möchte mich willkommen und ernstgenommen fühlen. Besonders spannend finde ich Museen, in denen ich Parallelen zu meinem eigenen Leben und zu eigenen Anschauungsweisen entdecke.

Was ärgert dich an Museen am häufigsten?

Zu kleine, unverständliche und wenig spannende Texte.

Was macht dir an deiner Arbeit am meisten Spaß?

Ich kann immer wieder neue Ideen und Konzepte entwickeln, lerne viele interessante Menschen kennen, probiere vieles aus und merke, dass man immer noch etwas dazu lernen und neue Erfahrungen machen kann.

Und was am wenigsten?

Zeitraubende Kleinarbeit im Büro

Was tust du zur Entspannung?

Lesen, ins Kino gehen, Freunde treffen, verreisen, Sauna, Radfahren, Nordic Walking

Wenn du dein Leben neu beginnen könntest, was würdest du am liebsten tun?

Ich könnte mir vorstellen, beruflich wieder das gleiche zu tun. Museen haben für mich ein geradezu unerschöpfliches Potenzial an Möglichkeiten, Kultur zu vermitteln und ihrem Bildungsauftrag im besten Sinne gerecht zu werden.

Welche Eigenschaft schätzt du an dir am meisten?

Ich bin offen für Neues, begeisterungsfähig und schaue gern über den eigenen Tellerrand.

Welche deiner Eigenschaften gefällt dir am wenigsten?

Ich bin etwas nachtragend.