



Spielebein MUSEUMSPÄDAGOGIK AKTUELL · NO. 89 · APRIL 2011 Standbein

**Mit Qualität! – Kulturelle Bildung
und Vermittlung im Museum**

Die Frage nach der Qualität musealer Bildungs- und Vermittlungsarbeit rückt seit einigen Jahren verstärkt in den Fokus der nationalen Fachdiskussion. Bislang sichtbare Früchte der Auseinandersetzung mit diesem Schlüsselthema sind die 2006 und 2008 veröffentlichten Grundsatzpapiere „Standards für Museen“ des Deutschen Museumsbundes (DMB) und „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“ unter Federführung des Bundesverbandes Museumspädagogik in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen und Schweizerischen Fachverband. Als Leitfäden liefern sie Kriterien für die tägliche Museumsarbeit und reagieren auf den, auch politisch geforderten, zukunftsweisenden Bildungsauftrag des Museums.

Wie diese Qualitätskriterien aussehen, erläutert Hannelore Kunz-Ott in ihrem einführenden Beitrag. Dort betont sie die Notwendigkeit von Bildungskonzepten für Museen und weist auf die Bedeutung von Zielsetzungen und deren Überprüfbarkeit hin. Die Instrumente und Bedarfe einer institutionellen Qualifizierung beleuchten Olaf Mußmann und Hans Lochmann ebenso wie den dynamischen Prozess im Qualitätsmanagement. Beide verdeutlichen darüber hinaus, dass die Qualitätsfrage in der Museumslandschaft durchaus auch kritisch gesehen wird. Vielen Verantwortlichen zielt die Debatte zu sehr auf die Befriedigung ökonomischer Anforderungen von Seiten der Museumsträger und der Öffentlichkeit, dies hat in der Vergangenheit oftmals zu einer regelrechten „Verweigerungshaltung“ geführt.

Dass das Bewusstsein für Qualität konsequent eine Museumsarbeit voraussetzt, die vom Besucher aus gedacht wird, hat zuletzt Gisela Weiß (StSp Nr. 87/2010) unterstrichen. Daher ist zu fragen, welche Implikate mit der Besucherorientierung für Museen verbunden sind. Publikumsforschung, verschiedene Formen von Evaluation für Ausstellungsprojekte und Beispiele für konzeptuell entwickelte, qualitätvolle Bildungsarbeit des Museums bilden weitere Bausteine dieses Heftes.

Der personalen Qualifizierung von Fachkräften, die den Dialog der Besucher mit den Objekten und Inhalten entscheidend mitgestalten (sollen), kommt in der Alltagspraxis besondere Bedeutung zu. Sie sind nicht zuletzt diejenigen, die in Bezug auf die Qualität von Bildungsangeboten eine wichtige Funktion für die Reputation und Außenwirkung der Museen einnehmen. Obwohl die personale Vermittlung in Form von Führungen in über 90 Prozent aller Museen in Deutschland angeboten wird, wird die methodische Aus- und Weiterbildung aller an der Bildungsarbeit Beteiligten – ob festangestellt oder ehrenamtliche tätig – bisher nicht ausreichend verfolgt.

Eine der Herausforderungen für Museen im 21. Jahrhundert wird darin bestehen, wie sie es meistern, sich als lebendige Plattformen im gesellschaftlichen Austausch relevant zu positionieren und ihren Besuchern attraktive und nachhaltige Bildungserlebnisse zu ermöglichen. Auf die Frage, wie sich Bildungs- und Vermittlungsarbeit zukünftig entwickeln wird, kann demnach nur geantwortet werden: Mit Qualität!

Thomas Schiffer, Heike Herber-Fries
(Redaktion Schwerpunktthema)

Die August-Ausgabe von **Standbein Spielbein** wird einen Rückblick auf die Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. im Oktober 2010 in Essen enthalten: **Die bewegte Region. Kultur vermitteln. Wandel gestalten.** Redaktionsschluss ist der 15. Juni 2011.

Redaktion Schwerpunktthema:
Romy Steinmeier, Eidelstedter Weg 63a, 20255 Hamburg
fon+fax +49(40) 491 69 59, romy.steinmeier@gmx.de

Impressum

Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell
Nr. 89, April 2011
Herausgeber: Bundesverband Museumspädagogik e.V.
www.museumspaedagogik.org/standbein/standbein.php4
Chefredaktion:
Romy Steinmeier
Eidelstedter Weg 63a
D-20255 Hamburg
fon + fax: +49 (0) 40-491 69 59
e-mail: romy.steinmeier@gmx.de
Verantwortliche RedakteurInnen Titelhema:
Thomas Schiffer, Heike Herber-Fries
Verantwortlicher Redakteur „Forschung“:
Tobias Nettke
Titel und Layout:
typografik, Michael Schulz, Hamburg
e-mail: ms.typografik@gmx.de
Druck:
Druckerei der JVA Fuhlsbüttel, Hamburg
Anzeigen:
Preise nach Anzeigenpreisliste 1/11,
Redaktionsschluss für Anzeigen nach Absprache
Erscheinungsweise und Bezug:
Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell
erscheint 3x jährlich (Jahresabo EUR 21,-,
Einzelheft EUR 8,-)
Für Mitglieder des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V.
ist der Bezug der Zeitschrift im Mitgliedsbeitrag enthalten.
Bankverbindung:
Postbank Hamburg
BLZ 200 100 20, Kto.Nr. 3 280 205
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. 90 erscheint im August 2011.
Redaktionsschluss ist der 15. Juni 2011.
Wir freuen uns über LeserInnenbriefe und Manuskripte,
behalten uns allerdings Abdruck, Kürzungen und Änderungen
vor.

thema

Hannelore Kunz-Ott , Qualitätvolle Vermittlungsarbeit im Museum	4
Olaf Mußmann , Qualitätsmanagement im Museum	10
Hans Lochmann , Zertifizierung von Museen und Nutzen für die museumspädagogische Arbeit	15
Sabine Schormann , Der Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung: Museum erleben!	18
Sonja Horn/Ursula Wallbrecher , Leitbildentwicklung und Umsetzungsstrategien im Landesmuseum Mainz	21
Ulrich Nesecker , Professionalisierung ehrenamtlich geführter Museen	24
Sarah Metzler/Vera Neukirchen , Auf die Suche gemacht: Die Datenbank „KulturGut vermitteln – Museum bildet!“	27
P. Munro/E.Siekierski/M. Weyer , Was denken eigentlich unsere Besucher? Mit Evaluation Qualität entwickeln	30
Andreas Grünewald Steiger , Schöne Aussichten: Zwischen allen Stühlen	34
Anja Dauschek , Kollegiale Beratung als Qualitätsinstrument	38
Doris Hefner , Die gute Führung. Besucherorientierte Führungen entwickeln und durchführen	40
C. Peschel-Wacha/K. Richter Kovarik , Die Generation 60+ bis 80+ als Zielgruppe von Kulturvermittlungsprogrammen	44

projekte

Uta Piereth , Blick über den Tellerrand: Alte Keramik ungewöhnlich vermittelt	48
--	----

forschung

Wolfgang Kesselheim , Wie kann man Ausstellungs-kommunikation analysieren?	51
---	----

rubriken

editorial	2
impresum	2
publikationen	56
treffen – tipps – termine	58
und außerdem	61
neues vom verband	68
jahresregister	77

Qualitätvolle Vermittlungsarbeit im Museum

Kriterien, Kompetenzen und Konzepte

Hannelore Kunz-Ott

Die Museumsszene in Deutschland diskutiert seit einiger Zeit über Standards und Zertifizierung und überlegt, ob man nach den Vorbildern in Österreich, den Niederlanden oder in Großbritannien ein „Gütesiegel“ für deutsche Museen einführen solle.¹ Seit 2007 hat der Museumsverband Niedersachsen und Bremen eine „Museumsregistrierung“ installiert und auch in Sachsen überlegt die Landesstelle für Museumswesen, ob nicht ein Museums-TÜV sinnvoll wäre. Geprüft und bewertet werden zentrale Charakteristika von Museen wie zum Beispiel Qualität der Sammlung, Vollständigkeit der Objektdokumentation oder Umfang der Öffnungszeiten. Handelt es sich hierbei um produktbezogene Qualitätskriterien, so haben wir es bei der Umsetzung von Besucherorientierung und bei der Erfüllung des Bildungsauftrags eher mit der Bewertung von Arbeitsprozessen und mit kundenorientierten Qualitätsfragen zu tun.

Derzeit arbeiten in über 6.000 deutschen Museen mehr als 20.000 Personen in den Bereichen Bildung und Vermittlung. Die Hälfte dieser Gruppe ist ehrenamtlich tätig, etwa 35% sind auf Honorarbasis und circa 10% als hauptamtliche Museumspädagogen beschäftigt. Diese Ergebnisse einer Umfrage des Instituts für Museumsforschung in Berlin aus dem Jahre 2007² zeigen, wie viele Menschen im Bereich der Vermittlung tätig sind. Sie alle unterstützen die Museen bei der Realisierung ihres Bildungsauftrages, der von vielen Seiten als die zukunftsweisende Aufgabe dieser Institution bezeichnet wurde.³ Gerade auch von politischer Seite⁴ werden Kultureinrichtungen vermehrt aufgefordert, ihren Bildungsauftrag ernst zu nehmen und anstelle von einmaligen, kurzfristigen Events und Einzelprojekten nachhaltige und dauerhafte Angebote zu entwickeln und dabei Besucher und Besucherinnen aller Altersgruppen und aller Gesellschaftsschichten zu berücksichtigen.

Museen können im Kontext kultureller Bildung eine wichtige Rolle spielen, wenn sie sich neben ihren Aufgaben des Sammelns, Bewahrens und Ausstellens vermehrt als aktiven Wissensspeicher und lebendigen Ort der kulturellen Auseinandersetzung und des Dialogs verstehen und allen gesellschaftlichen Schichten den Zugang und die Teilhabe am kulturellen Erbe ermöglichen.⁵

Qualitätskriterien für Bildung und Vermittlung – ein Leitfaden

Hält man sich die große Zahl der in der Vermittlung tätigen Personen vor Augen, so liegt die Frage nach der Qualität ihrer Arbeit nahe. Ein hilfreiches Instrument bei der Erfüllung des Bildungsauftrags für Museen mag der Kriterienkatalog sein, den der Bundesverband Museumspädagogik gemeinsam mit dem Österreichischen Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen und dem Schweizerischen Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum „mediamus“ unter dem Dach des Deutschen Museumsbundes 2008 herausgegeben haben: „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“.⁶

► *Qualitätvolle Vermittlung beginnt bei einer besuchergerechten Ausstellung. (Staatliches Textil- und Industriemuseum, Augsburg)*

Genese und Zielsetzung

Der Leitfaden ist in einem langwierigen Prozess über einen Zeitraum von fast zwei Jahren entstanden. Experten aus der Praxis aus verschiedenen Museumsgattungen waren daran ebenso beteiligt wie Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen. Hauptamtliche wie freiberufliche Museumspädagogen und -pädagoginnen aus Deutschland und den benachbarten Ländern brachten ihre Perspektiven mit in das Papier ein. In mehrteiligen Arbeitsschritten wurden schließlich sieben grundlegende Kategorien zusammengestellt, erläutert und durch Beispiellisten veranschaulicht. Die Ausformulierungen standen immer wieder zur Diskussion, wurden von externen Kollegen und Kolleginnen überprüft, ergänzt, gekürzt, korrigiert und erneut zusammengefasst. Eine Gruppe aus sieben Fachleuten bildete schließlich die Endredaktion und gab in einer mehrtägigen Klausursitzung dem Text eine einheitliche Struktur und bessere Lesbarkeit.

Die Broschüre versteht sich als Anregung und Impulsgeber und wendet sich einerseits an politisch Verantwortliche, an Museumsträger und Museumsleiter und -leiterinnen. Andererseits gibt sie mit ihren Check-

listen Kollegen und Kolleginnen vor Ort ein Hilfsmittel an die Hand, um die eigene Arbeit einschätzen und überprüfen zu können. Damit soll eine Standortbestimmung möglich werden.

Es handelt sich also um eine Beschreibung des umfangreichen Feldes der Vermittlungsaufgaben im Museum Anfang des 21. Jahrhunderts. Der Leitfaden benennt die derzeitigen Inhalte und erläutert ihre Arbeitsweisen. Er stellt damit kein endgültiges, abgeschlossenes Werk dar, sondern den derzeitigen Stand. Demnach müssen auch diese Inhalte in Abständen immer wieder überprüft, überarbeitet und fortgeführt werden.

Grundsätzliche Leitgedanken

Eindeutig und unmissverständlich bekennen sich die vier herausgebenden Verbände zum integralen Bestandteil der Vermittlungsarbeit innerhalb der Institution Museum. Die Museumspädagogik gestaltet den Dialog zwischen dem Publikum und den Exponaten und Inhalten im Museum, sie veranschaulicht Inhalte, wirft Fragen auf, provoziert und regt an und realisiert damit den Bildungsauftrag des Museums. Ziel ist es, dass Besucher und Besucherinnen das Museum als Wissensspeicher und Erlebnisort selbständig nutzen können. Dabei muss





Vermittlungsarbeit auch immer auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren und das lebenslange Lernen im Blick haben. Da Museumssammlungen nie abgeschlossen sind, die Bedeutung der Museumsobjekte nicht eindimensional ist und sich die Seh- und Präsentationsweisen ständig ändern ebenso wie das Publikum und seine wechselnden Erwartungen, so müssen notwendigerweise auch ständig neue kreative Vermittlungsmethoden entwickelt werden.

Um dem häufig geäußerten Vorwurf zu begegnen, museumspädagogische Angebote seien Spielerei und purer Aktionismus, ist es grundlegend, dass die Sammlung, das Exponat und die Ausstellung Ausgangspunkte für die unterschiedlichen Vermittlungsformate sind. Der Bezug zum Museum, zur jeweils spezifischen Sammlung muss daher am Anfang einer Vermittlungskonzeption stehen. Die Kontextualisierung der Exponate, Objektangemessenheit, Gegenwartsbezug und Handlungsorientierung sind dabei wesentliche Vermittlungsinhalte und -methoden.

Darüber hinaus gehört es zu den Aufgaben der Museumspädagogik, die Institution Museum und deren

jeweilige fachwissenschaftliche Arbeitsweisen transparent zu machen und zu kommunizieren.

Vielfältige Besucher – vielfältige Methoden

Museen sind für alle Besucherinnen und Besucher da. Das Museumspublikum in seiner Vielfalt hat aber ganz unterschiedliche Bedürfnisse, für die differenzierte Vermittlungsangebote zu entwickeln sind. Um möglichst vielen Bevölkerungsschichten die Teilhabe an kultureller Bildung im Museum zu ermöglichen, ist es erforderlich, viele Informationen über Vorkenntnisse, Erwartungen, kulturellen Hintergrund sowie emotionale und physische Bedürfnisse der Besucher zu erfahren. Erst auf der Grundlage dieser Erkenntnisse können angemessene Methoden ausgewählt und adäquate Vermittlungsprogramme entwickelt werden.

Die Lernforschung unterscheidet seit den 1980er Jahren verschiedene Lerntypen. Howard Gardner etwa differenziert zwischen acht unterschiedlichen multiplen Intelligenzen bzw. Lerntypen.⁷ Diese Erkenntnisse muss das Museum sowohl in der Ausstellungsgestaltung

als auch in seinen Vermittlungsmethoden berücksichtigen.⁸ Daher verfügt die Museumspädagogik über vielfältige mediale und vor allem personale Vermittlungsangebote. Sie sollen die Begegnung mit den Exponaten erleichtern, anregen und fördern und den Besucher und die Besucherin auf vielfältige Weise zum selbständigen Nutzen des Museums mit allen Sinnen hinführen.

Gesellschaftliche Veränderungen oder neue Strukturen im Schulsektor (z.B. Ganztagschule) verändern das Spektrum der Zielgruppen, immer wieder stehen andere Personengruppen im Mittelpunkt. So stellt die aktuelle politische Diskussion Menschen mit Migrationshintergrund in den Fokus. Für diese Gruppe bieten Museen noch zu wenige Vermittlungsprogramme an. Auch ganz junge Besucher aus Kindergärten kommen vermehrt auf die Kultureinrichtung Museum zu, bedingt durch die neuen Erziehungs- und Bildungspläne der Kindergärten.⁹ Für sie müssen entsprechende Methoden erarbeitet werden, in denen das experimentelle Forschen im Vordergrund steht.¹⁰

Kein Angebot ohne Konzept

Qualität in der Vermittlung bedeutet ein breites Repertoire an Methoden und Programmen abgestimmt auf die unterschiedlichen Zielgruppen. Die Palette der Angebote an deutschen Museen ist nach der Berliner Umfrage von 2007 äußerst vielfältig.¹¹ Die reichhaltige Auswahl alleine ist aber noch kein ausreichendes Qualitätskriterium, hinzu kommt der durchdachte Ablauf eines Programms, bei dem die Definierung des eigentlichen Bildungszieles nicht fehlen darf.

Museumspädagogische Angebote 2007

Prozentzahl der Museen

Führungen, deutsch 91,1%
Führungen, fremdsprachig 36,7%
Vorträge 43,8%
Ferienaktionen 35,8%
Vorführungen 26,2%
Unterricht im Museum 16,7%
Kurse 15,4%
Internationaler Museumstag 40,1%
Kindergeburtstage 27,6%
Lange Nacht der Museen 26,5%
Stadtfest 17,1%
Cicerones/Live-Speaker 2,1%
(Quelle: Institut für Museumsforschung, Berlin 2008)

Ein Blick auf das Format der „Führung im Museum“, ein Produkt, das immerhin fast über 90% der deutschen Museen ihren Besuchern anbieten, mag diesen Gedan-

ken verdeutlichen. Zwar unterscheiden wir mittlerweile zwischen Überblicks- und Themenführung, monologischer, dialogischer und interaktiver Führung, zwischen Kostümführung, Führungsgespräch und dem Angebot „Schüler führen Schüler“ – um nur einige Formen zu nennen –, aber häufig fehlt ein inhaltliches, organisatorisches und zeitlich ausgearbeitetes Konzept, das dem Rundgang zu Grunde liegt. Bildungsziel, Zielgruppe, Methoden- und Materialeinsatz, Wegstationen in der Ausstellung, Zeitphasen, aktivierende Elemente, Stellung des Sprechers und vieles andere mehr sollten in einem ersten Konzept schriftlich festgehalten werden. Dazu sind Fachwissen, pädagogische, methodische und rhetorische und organisatorische Kompetenzen ebenso gefragt wie reflektive und kommunikative Fähigkeiten sowie Wissen über Körpersprache und über den sensiblen Umgang mit den unterschiedlichen Teilnehmern einer Besuchergruppe.

Qualifiziertes Personal

Damit ist eine wesentliche Grundlage qualitätvoller Bildungsarbeit im Museum genannt: qualifiziertes Personal. Da es immer noch, mit Ausnahme der Kunstpädagogik, keine geregelte Ausbildung für das vielfältige Aufgabengebiet der Museumspädagogik gibt, haben derzeit Vermittler und Vermittlerinnen ganz unterschiedliche berufliche Qualifikationen. Ein großer Teil kommt aus der jeweiligen Fachwissenschaft, sie haben sich ihr pädagogisches Wissen durch berufsbegleitende Kurse oder durch „*Learning-by-doing*“ angeeignet. Die zweite große Gruppe rekrutiert sich aus Lehrkräften unterschiedlicher Schularten und aus Erziehern und Erzieherinnen, welche sich die fehlenden Sachkenntnisse zum Sammlungsbestand nachträglich angeeignet haben. Daneben gibt es unter den hauptamtlich Tätigen noch sogenannte „Seiteneinsteiger“, die aus benachbarten oder sachfremden Berufszweigen in die Vermittlungsarbeit eingestiegen sind.

Zur notwendigen Qualifikation gibt es von Seiten der museumspädagogischen Verbände eine deutliche Stellungnahme: Für das Aufgabengebiet der Bildung und Vermittlung im Museum ist ein akademischer Abschluss die notwendige Voraussetzung. Darüber hinaus sind sammlungsbezogene Fachkenntnisse sowie pädagogische Kompetenzen, Kommunikationsfähigkeit und Reflektionsbereitschaft notwendig.

Bedenkt man die oben angeführte große Schar der freiberuflichen Honorarkräfte und der ehrenamtlich engagierten Vermittler und Vermittlerinnen ist deren Qualifizierung und ständige Fortbildung essenziell. Denn die Vermittler und Vermittlerinnen sind jene Personen, die direkt mit dem Publikum in Kontakt kommen. Sie sind das „Aushängeschild“ eines Museums, egal ob sie hauptamtlich oder ehrenamtlich tätig sind.

▼ *Eigene museumspädagogische Räume fehlen immer noch in vielen Museen.
(Beispiel aus dem Historischen Museum Frankfurt am Main)*



Raum, als Werkstatt, Atelier oder Besprechungsort, unbedingt erforderlich.

Häufig wechselnde Mitarbeiter in der Bildungsabteilung – Honorarkräfte, Ehrenamtliche und freiwillig Engagierte – müssen mit viel Zeit- und Personalaufwand geschult und eingeführt werden. Daher ist eine langfristige Bindung dieser Mitarbeiter an das Haus sinnvoll und führt so zu einer deutlichen Qualitätssteigerung in der museumspädagogischen Arbeit.

Alle Ideen und Programme der Vermittler und Museumspädagoginnen sind wertlos, wenn der Bildungsgedanke nicht im Leitbild des jeweiligen Museums verankert ist und alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Museums dahinter stehen, von der Leitung, über Kuratoren und Restauratoren bis zur Aufsichts- und Kassenkraft. Erst dann

Sie vermitteln den Besuchern und Besucherinnen den ersten wichtigen Eindruck von der Institution selbst und müssen daher kompetent und freundlich sein.

Regelmäßig stattfindende, berufsbegleitende Seminare, wie sie die museumspädagogischen Landesverbände, die Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel oder die regionalen Museumsämter und -verbände sowie externe Experten anbieten, sind daher für alle im Vermittlungssektor Arbeitende zwingend erforderlich.¹²

Partner und andere Ressourcen

Qualität in der Bildungsarbeit im Museum bedeutet auch, das Museum vor Ort mit anderen Bildungs- und Kulturinstitutionen zu verankern und mit örtlichen Verbänden und Einrichtungen zu vernetzen. Dabei geht es um wechselseitigen Informationsaustausch, aber auch um sinnvolle Kooperationen und gemeinsame Projektarbeit. Mit ihrer Hilfe kann man spezielle Besuchergruppen besser erreichen und deren Bedürfnisse konkreter kennenlernen und dem Publikum angemessene Bildungsformate und damit zusätzliche Kompetenzen gezielter anbieten.

Essenziell für qualitätvolle Vermittlungsarbeit in Museen ist die notwendige finanzielle, personelle und materielle Ausstattung. Materialien für gestalterische Prozesse, zur Dokumentation der Bildungsarbeit oder für eigene kleine Wechselausstellungen können nur mit entsprechender finanzieller Unterstützung realisiert werden. Hierbei ist ein eigener museumspädagogischer

sind die erforderlichen Rahmenbedingungen gegeben, damit sich der Vermittlungsgedanke im gesamten Museum etabliert und das Museum seinen Bildungsauftrag erfüllen kann.

Erforderlich: ein Bildungskonzept

So selbstverständlich für Museen ein Sammlungs- oder ein Ausstellungskonzept ist, so wenig verbreitet ist ein umfassendes Bildungskonzept. Unabhängig davon, ob es sich um ein großes Museum mit eigener museumspädagogischer Abteilung handelt oder um ein ehrenamtlich geführtes Haus, jedes Museum sollte in einem individuellen Bildungskonzept seine kurz-, mittel- und langfristigen Bildungsziele, seine gewünschten Zielgruppen und die erstrebenswerte Personalstruktur schriftlich festhalten.

Nach einer Analyse der momentanen personellen und finanziellen Situation, nach dem Sichten der Sammlungsschwerpunkte und der vor Ort vorhandenen möglichen Bildungspartner sollten die eigenen Bildungsvorstellungen und Leitlinien der Vermittlungsarbeit formuliert werden. Ein hilfreiches Instrumentarium kann dabei die oben vorgestellte Broschüre sein, deren Kriterien und Checklisten helfen, ein individuelles und realisierbares Konzept zu entwickeln. Diese Listen im Abgleich mit den vorhandenen Ressourcen helfen, einzelne Kurs- und Führungsangebote in einen Gesamtzusammenhang zu stellen und somit eine wichtige Argumentationshilfe nach außen zu besitzen.

Auch solch ein Bildungskonzept wird nicht dauerhaft gelten, sondern muss an gesellschaftliche Veränderungen sowie an vor Ort sich ändernde personelle und finanzielle Gegebenheiten immer wieder angepasst werden. Das setzt immer wieder Reflektion der eigenen Arbeit voraus, Überprüfung der Besucherreaktion und selbstkritische Analyse der eigenen Programme.

Resümee

Qualitätvolle Bildung und Vermittlung im Museum ist ein ständiger Prozess, der nie abgeschlossen ist. Er setzt sich aus mehreren Faktoren zusammen, die in diesem Beitrag kurz vorgestellt wurden. Trotz rasanter Entwicklung auf dem Gebiet der Vermittlungsmedien ist die personale Vermittlung nicht zu ersetzen. Sie hat deutliche Vorteile gegenüber den anderen Formen, denn sie kann direkt und individuell auf Fragen und Wünsche der Besucher eingehen, kann spontan und flexibel reagieren und das Museum als Dienstleister im besten Sinne unterstützen. Dies erfordert allerdings qualifiziertes Personal, entsprechendes Budget und notwendige Ausstattung sowie Kenntnisse über das Publikum. Besucherforschung kann hierzu wichtige Informationen geben, ist aber in Deutschland noch immer nicht so verbreitet, wie es für die tägliche Arbeit notwendig wäre.

Ein für das eigene Haus entwickeltes Bildungskonzept benennt Vermittlungs- und Bildungsziele des Museums, formuliert Zielgruppen, die kurz- und langfristig erreicht werden sollen und führt unterschiedliche Programmangebote auf, die der jeweiligen Zielgruppe angemessen erscheinen. Die genannten Qualitätskriterien, die erwähnten Kompetenzen sowie die noch stärker einzufordernden Konzepte unterstützen das Museum ganz wesentlich bei seinem Bildungsauftrag, aber auch bei der Erfüllung seiner Aufgaben als lebendige Kultureinrichtung.

Dr. Hannelore Kunz-Ott
Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern
Alter Hof 2
80331 München
Hannelore.Kunz-Ott@blfd.bayern.de
www.museeninbayern.de

¹ Die Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes in Osnabrück 2004 widmete sich dem Thema „Standards für Museen“. Die Vorträge und ein Überblick über die Zertifizierung von Museen in europäischen Ländern sind publiziert in: *Museumskunde* 69, 2/2004 „Höhere Qualität? Zur Bewertung musealer Arbeit“. Siehe auch: Deutscher Museumsbund/ICOM-Deutschland (Hg.): *Standards für Museen*, Berlin, 2. korr. Auflage 2006.

² Die Ergebnisse dieser Umfrage sind veröffentlicht in: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2007*, in: *Materialien aus dem Institut für Museumskunde* 62, Berlin 2008, S.45-55; auch als PDF-Datei im Internet erhältlich: <http://museum.zib.de/ifm/mat62.pdf> [15.11.2010].

Siehe auch: Noschka-Roos, Annette/Hagedorn-Saupe, Monika: Klar Schiff! *Museumspädagogik im Aufwind!*, in: *Standbein Spielbein*, Nr. 83, April 2009, Schwerpunktthema: „Vom Projekt zur Professionalisierung – Geschichte der Museumspädagogik“, S.10-13.

³ Tagungen des Deutschen Museumsbundes 2006 in Leipzig, 2007 in Frankfurt sowie 2009 in Stralsund, wo das Tagungsthema „Chefsache Bildung!“ lautete.

⁴ Als PDF-Datei publiziert unter <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf> [14.11.2010].

⁵ Vgl. Kunz-Ott, Hannelore/Kudorfer, Susanne/Weber, Traudel (Hg.): *Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse-Vermittlungsformen-Praxisbeispiele*. Bielefeld 2009.

⁶ Als PDF-Datei publiziert unter http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Qualitaetskriterien_Museen_2008.pdf [14.11.2010].

⁷ Gardner, Howard u.a.: *Frames of Mind, The theory of multiple intelligences*, New York 1983. Gardner unterscheidet sprachlich-linguistische, logisch-mathematische, räumlich-visuelle, musikalisch-rhythmische, körperlich-kinästhetische, naturbezogene, gruppenorientierte und personenbezogene Typen.

⁸ Siehe dazu auch die deutschsprachige Ausgabe: *Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch*, Deutscher Museumsbund, Berlin 2010. Im Internet als PDF-Datei erhältlich unter http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/LLL_Handbuch_2010.pdf [14.11.2010].

⁹ Die Erziehungs- und Bildungspläne für Kindertagesstätten der verschiedenen Bundesländer findet man unter <http://www.bildungserver.de> [14.11.2010].

¹⁰ Der Bundesverband Museumspädagogik führt zurzeit ein Modellprojekt durch unter dem Titel „Museen und Kindergärten – Gemeinsam für frühkindliche Kulturelle Bildung in Museen. Erprobung und Veröffentlichung altersangemessener und integrativer Vermittlungsmethoden“. Siehe auch das Themenheft „Frühförderung – Kleine groß im Kommen“, *Standbein Spielbein* Nr. 80, April 2008.

¹¹ Siehe Anm. 2, S. 52. An dieser Stelle sei auch auf die Umfrage „Museum bildet“ des Deutschen Museumsbundes in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Museumspädagogik verwiesen, dessen Ergebnisse Ende 2010 auf der Internetseite <http://www.museumbildet.de> [14.11.2010] nachzulesen sind.

¹² Berufsbegleitende Kurse: z.B. der einjährige Kurs „QuAM“ der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel zusammen mit dem Bundesverband Museumspädagogik sei genannt oder der Zertifikatskurs „Die Sprache der Dinge“ angeboten vom Hessischen und Niedersächsischen Museumsverband sowie die einjährige Lehrgang zur Kulturvermittlung und Museumspädagogik „Kuverum“ in der Schweiz (www.kuverum.ch).

Qualitätsmanagement im Museum

Olaf Mußmann

Aktuelle Situation

Qualität ist etwas Positives – landauf, landab wird sie gefordert. Kunden, Besucher, Auftraggeber, institutionelle Träger: Alle erwarten Qualität bei Angeboten und Leistungen. Um dies zu erreichen, setzen viele Unternehmen und Institutionen Qualitätsmanagement (QM) ein – und sie weisen in der Öffentlichkeit gerne auch auf ihre entsprechenden Qualitäts-Zertifikate hin.

Intern löst dieses Managementinstrument zuweilen weniger Begeisterung aus. Auch Museumsfachleute zeigen hier nicht selten Vorbehalte, zuweilen Unverständnis und gelegentlich sogar überhebliche Ablehnung. Ein Direktor eines größeren kommunalen Museums brachte es einmal auf die Formel: „*Qualitätsmanagement brauchen wir nicht, die Qualität haben wir mit unseren Objekten.*“ Mit seiner Haltung steht er offenbar nicht alleine da, denn ein eingeführtes QM-System bildet in Museen nach wie vor die Ausnahme.

Dies erstaunt, besteht doch bereits seit den 1990er Jahren in den Museumsverbänden eine Debatte zum Thema.¹ Ausgelöst wurde sie nicht allein durch das Vorbild der Wirtschaft, die QM-Systeme bereits zehn Jahre früher einführte. Stärker noch entfachte der Rückgang kommunaler und anderer Finanzmittel die Diskussionen. Auf der Suche nach Entscheidungshilfen für die Verteilung knapper werdender Finanzmittel fragten Mittelgeber und Museumsträger zunehmend nach Qualitätsstandards für Museen. Die in den Museumsverbänden diskutierte Frage lautete: Welche Voraussetzungen muss ein Museum erfüllen, um als Museum gelten zu können, und wie kann ein Missbrauch des Museumsbegriffs verhindert werden?

Die Ergebnisse dieser Diskussionen gingen in die Verfahren der Museumsregistrierung einiger Bundesländer ein,² die letztlich damit den Zugang zu Fördermitteln kanalisieren möchten. Auf freiwilliger Basis können Museen hier nachweisen, dass sie museale Standards entlang der Museumsdefinition des Internationalen Museumsrats ICOM³ erfüllen. Den Weg der Einführung eines systematischen Qualitätsmanagements gingen die Museumshäuser allerdings kaum.⁴ Qualitätsmanagement im Museum: Zu aufwendig, doch nützlich oder schlicht eine Notwendigkeit?

Qualitätsmanagement! Das hört sich nach viel Aufwand und einer Menge Schreiarbeit an. Entsprechend lautet eine in der Museumslandschaft zuweilen geäußerte Einschätzung, Qualitätsmanagement sei ein „Papiertiger“, der viel Arbeit macht und kaum Nutzen bringt. Zu hören sind auch Bedenken, Qualitätsmanagement würde die Forschungs-, Wissenschafts- und Kunstfreiheit beschneiden, weil die damit verbundenen Dokumentationen zu unnötigen Nachfragen und zu Rechtfertigungsdruck führen würden.

Keine Frage: Qualitätsmanagement macht Arbeit, das Anlegen von Dokumentationen kann durchaus lästig sein, und QM-Dokumentationen schaffen freilich eine Transparenz, die Entscheidungen und Handlungen hinterfragbar machen. Wer souverän alleine agieren will, braucht solche Transparenz nicht. Wer aber an Kommunikation und Abstimmung interessiert ist, wer in

Teams kooperativ zusammenarbeiten möchte, und wer Diskussionen sucht, die vor Fehlern bewahren, der wird die vom Qualitätsmanagement geschaffene Transparenz eher als hilfreich empfinden. Transparenz und Selbstreflexion eröffnen Museen die Chance, Qualitätsziele zu setzen und Verfahren zu schaffen, um diese zu erreichen und weiterzuentwickeln. Ähnlich verhält es sich mit dem Aufwand, denn: Die investierte Arbeit zahlt sich aus. An klaren Zielen ausgerichtete und gut organisierte Arbeitsprozesse führen dazu, dass mehr und besser miteinander gearbeitet wird. Hemmnisse entfallen, Fehler, Reibungsverluste und fehlgeleitete Arbeitsleistungen werden vermieden. Die Arbeitseffizienz steigt – und zwar ohne Mehrarbeit. Dies spart Zeit und schafft Arbeitszufriedenheit.

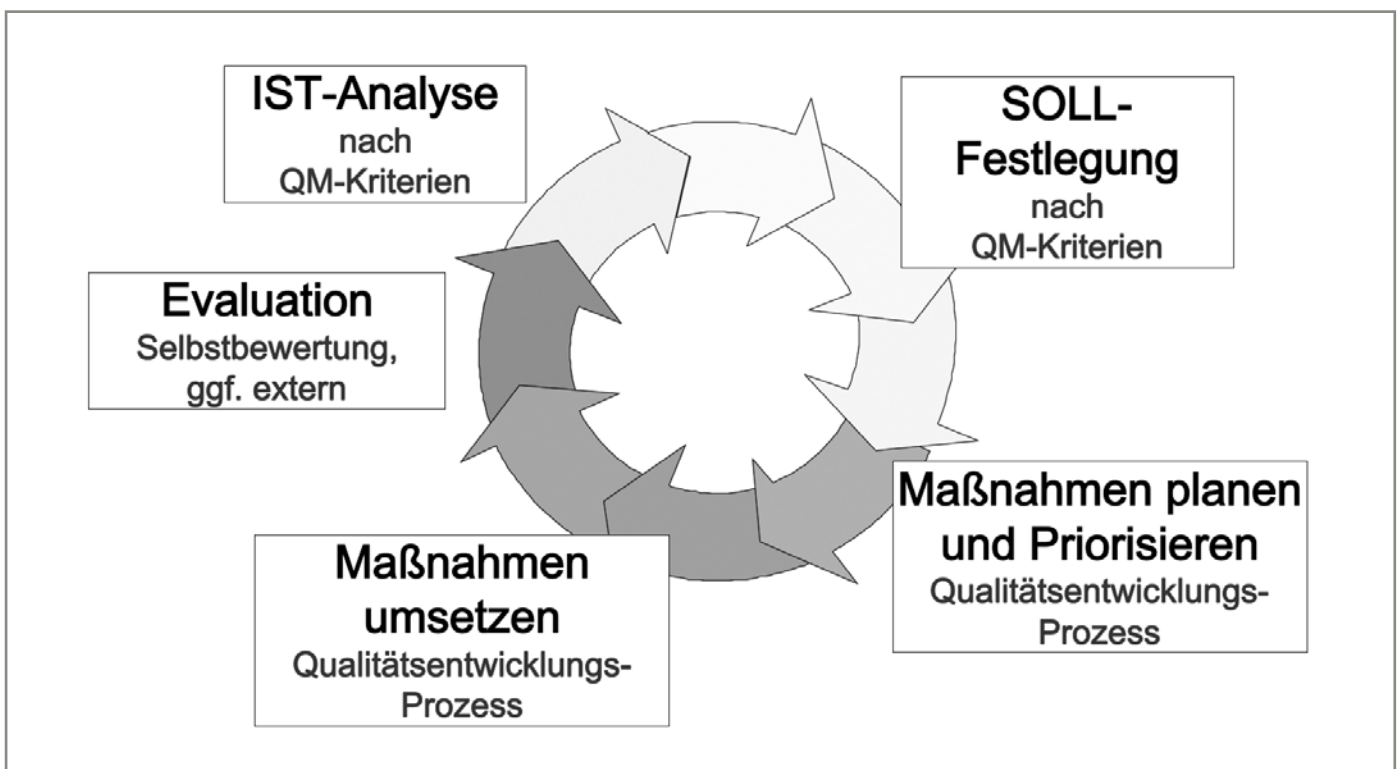
Ein weiterer Gewinn des Qualitätsmanagements liegt in einer besseren Positionierung und Außendarstellung. Museen stehen heute nicht nur unter hohem Kosten- und Leistungsdruck, sondern angesichts prekärer kommunaler Haushalte zuweilen schon im Rechtfertigungszwang. Können sie die Qualität ihrer Ergebnisse verbessern und dies gegenüber der Öffentlichkeit nachweisbar herausstellen, so verbessern sie ihre Position. Die jüngsten Debatten um kommunale Museumschließungen haben gezeigt, dass Museumsträger und Rechnungshöfe Qualitätsaspekte zunehmend höher bewerten – bedauerlicherweise allerdings meist verkürzt auf Deckungsbeiträge und Besucherzahlen. Mit Qualitätsberichten – etwa über Erfolge bei der Erfüllung von

Bildungszielen oder der Produktion und Vermittlung von Kultur oder kommunaler Identität – können hier andere Impulse gesetzt und die Wertigkeiten bei der Museumsbeurteilung positiv beeinflusst werden. Aus dem Qualitätsmanagement bezogene Argumente können deshalb bei kommunalen Finanzdebatten zukunftsentscheidend sein. Ähnliches gilt für Kooperationspartner und Sponsoren, deren Bereitschaft zur Zusammenarbeit steigt, wenn sie von der Effizienz und Güte eines Museums überzeugt sind. Das Qualitätsmanagement liefert hierfür die Argumente.

Qualitätsmanagement: Von der Qualitätssicherung zur Qualitätsentwicklung

Was aber beinhaltet Qualitätsmanagement? Die Arbeit mit Standards – wie sie bei den Museumsregistrierungen eingesetzt werden – zählt zu den Verfahren der Qualitätssicherung. Mit Museumsstandards lassen sich Museen von Nicht-Museen unterscheiden. Sie eignen sich auch durchaus dazu, „Schwellen-Museen“ eine Richtung vorzugeben, um sie zu vollwertigen Museen zu entwickeln. Letztlich liefern Sie aber vor allem eine Abgrenzung nach „unten“.

Arbeitswissenschaftlich betrachtet ist dies ein frühes Konzept des Qualitätsmanagements. Inzwischen zielen QM-Systeme auf die systematische Qualitätsentwicklung ab. Um beispielsweise aus einem mittelmäßigen Museum ein exzellentes zu machen, um also von einem



mittleren Qualitätsniveau aus auf ein höheres zu kommen, bedarf es mehr als statischer Qualitätsstandards. Nötig sind hier dynamische Systeme, die dabei helfen, sinnvolle Ziele aufzustellen und diese nach der Erreichung noch höher zu setzen. Dies bezieht sich auf die Qualität der Ergebnisse des Museums, beispielsweise bei pädagogischen Angeboten.

Ein weiterer Aspekt bezieht sich auf den Gedanken, dass gute Arbeitsergebnisse nur mit guten Arbeitsprozessen erreicht werden können. Qualitätsmängel sollten nicht erst am Ende behoben werden, sondern schon während des Weges der Entstehung von Arbeitsergebnissen. Dies zielt auf die Prozessqualität ab und bedeutet, bereits in den Arbeitsprozessen und Verfahrensabläufen auf Qualität zu achten und Fehler zu verhindern. So kann die Museumspädagogik beispielsweise mit Pre-Tests auch schon für Teilprogramme Fehlentwicklungen in den Angeboten vermeiden.

Zur Steigerung der Ergebnis- wie auch der Prozessqualität setzen QM-Systeme Qualitätskreisläufe ein. Diese starten mit einer IST-Analyse. Die gewonnenen Daten werden kritisch beurteilt und es werden mit SOLL-Werten Ziele aufgestellt. Um vom IST zum SOLL zu kommen werden Maßnahmen geplant und umgesetzt. In einem letzten Schritt wird dann evaluiert, ob das geplante SOLL bzw. die Ziele erreicht wurden und wie gegebenenfalls aufgetretene Abweichungen zu erklären sind. Die Ergebnisse der Analyse gehen dann in den nächsten Qualitätskreislauf ein. Damit schließt sich Qualitätszyklus an Qualitätszyklus. Es entsteht eine Spirale der Weiterentwicklung, die eine fortlaufende Qualitätssteigerung und zugleich einen Prozess des kontinuierlichen Lernens erzeugt.

So kann beispielsweise auf den Befund einer zu geringen Besucherzahl (IST) mit der Festlegung einer gewünschten Zielbesucherzahl (SOLL) reagiert werden – diese sollte aber selbstverständlich realistisch bleiben. Um das Ziel, mehr Besucher ins Haus zu holen, erreichen zu können, werden Maßnahmen geplant und umgesetzt. Dies können etwa eine Analyse der regionalen Sozialstruktur, die Identifikation entsprechender Themen oder Bildungsbedarfe und die anschließende Ausrichtung eines neuen Programms sein. Nach Umsetzung der Maßnahmen wird evaluiert, ob und in welchem Maße das Ziel erreicht wurde. Mit dem so gewonnenen neuen IST-Wert startet dann der nächste Qualitätskreislauf.

Die Voraussetzung für dieses Vorgehen sind dokumentierte Daten. Welche Daten sollen aber erhoben werden, und wie lassen sich die Erhebungsergebnisse beurteilen? Oder anders gefragt: Welche Qualität soll wie gemessen werden? Hinweise hierfür geben QM-Systeme. Als generell anwendbares System hat sich vor allem die anfänglich für gewerbliche Produktionspro-

zesse entwickelte Qualitätsnorm der ISO-9000er-Serie⁵ durchgesetzt. Dieses QM-System wird in der Regel extern evaluiert und zertifiziert – entsprechende Qualitätssiegel sind aus dem Marketing der entsprechenden Firmen bekannt. Die ISO-Norm wurde erstmals 1998 in einem Museum, dem Deutschen Bergbau-Museum Bochum, mit überwiegend guten Erfahrungen eingesetzt.⁶ Ein zweites, ebenfalls generell anwendbares QM-System ist das EFQM-Modell.⁷ Es wurde ursprünglich ebenfalls für die Wirtschaft entwickelt, findet aber zuweilen auch im öffentlichen Dienst und häufig auch im Bildungssektor Anwendung. Beide Systeme haben sich über die Modellrevisionen der vergangenen Jahre weitgehend angenähert und ähneln einander inzwischen stark.

Das Problem solcher generellen QM-Systeme besteht allerdings darin, dass die Inhalte zunächst einmal an den jeweils spezifischen Bedarf angepasst werden müssen. Schon unter Wirtschaftsbetrieben der verschiedenen Branchen bestehen erhebliche Unterschiede, und es sind inzwischen zahlreiche branchenspezifische QM-Adaptionen auf dem Markt. Museen haben wiederum einen ganz anderen Bedarf: Sie produzieren keine Wirtschaftsgüter. Sie sammeln und bewahren Objekte, erzeugen neues Wissen, richten Ausstellungen aus, machen Bildungs-, Freizeit- und Identitätsangebote und bieten verschiedene Serviceleistungen an. Dies erfordert ein anderes Qualitätsmanagement als das der Wirtschaft – die Grundprinzipien aber bleiben die gleichen. Entscheidend ist die sinnvolle und bedarfsgerechte Anpassung.

Ein Qualitätsmanagement für Museen

Für Museen liegt mit dem *MQMuse* ein museumsspezifisches QM-System vor.⁸ Es geht von der Tatsache aus, dass Museen nicht isoliert in der Welt existieren, sondern dass sie in komplexe gesellschaftliche Strukturen mit verschiedenen Interessensgruppen eingebettet sind, die das jeweilige Museum beeinflussen und umgekehrt. Das *MQMuse* arbeitet deshalb auf der Grundlage eines Wechselwirkungs-Modells zwischen außen und innen. Auf dieser Grundlage initiiert es Qualitätskreisläufe.

Der Prozess beginnt mit einer Selbst-Evaluation des IST-Zustandes als Stärken-Schwächen-Analyse, die Dokumentation erfolgt als Selbstreport. Die Basis hierfür liefert ein Leitbild, welches das Selbstverständnis des Museums oder gegebenenfalls auch einzelner Abteilungen beschreibt. Das *MQMuse* betrachtet nun die bestehenden Verfahren und Regelungen in verschiedenen qualitätsrelevanten Bereichen. Dies beginnt mit dem Blick nach außen mit einer Bedarfs- und Umfeldbeobachtung. Danach richtet sich der Blick nach innen. Betrachtet werden jetzt die museumsspezifischen Kernarbeitsprozesse, falls vorhanden auch die eigen-



definierte Verfahren zur Umsetzung aufgestellt? Anhand dieser Fragen erfolgt die Datenaufnahme. Das QM-System gibt hierfür das Raster vor, die Bewertungen werden als Selbstbewertung entlang der eigenen Ziele und vor dem Hintergrund der vorhandenen Ressourcen vorgenommen.

Damit arbeitet das Modell auf der Grundlage offener Standards. Dabei geht es um die Frage: „Was tut das Museum schon, um im jeweiligen Qualitätsbereich gute Leistungen zu erbringen, und was kann realistisch-erweise noch getan werden?“ Jedes Museum entscheidet vor dem Hintergrund der eigenen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten, wie es die offenen Standards erfüllen kann. Dies schafft die Möglichkeit der individuellen Ausgestaltung

wirtschaftlichen Bereiche wie Shop oder Gastronomie sowie die Strukturen bei Führung, Personal, Finanzen, Evaluation und interner Steuerung. Im Anschluss wird analysiert, wie das Museum mit seinem Umfeld interagiert, und wie es seine Informationen an seine Zielgruppen und an die Öffentlichkeit bringt. Im Sinne der oben genannten Qualitätskreisläufe werden dann die Stärken und Schwächen aller Qualitätsbereiche betrachtet und es werden strategische Entwicklungsziele abgeleitet. Damit ist der erste Schritt im Qualitätsmanagement getan, ihm folgt bis zum Start des nächsten Qualitätskreislaufes die Umsetzungs-Phase.

des Qualitätsmanagements. Zugleich sind die Standards aber auch verbindlich, das MQMuse fordert eine Auseinandersetzung mit allen Qualitätsbereichen. Beliebigkeit wird so vermieden, ohne den Raum für die Individualität der Häuser einzuschränken. Das Ergebnis ist ein individuelles Qualitätsmanagement, passend für das jeweilige Haus.

Die Entscheidung zur Dauer von Qualitätskreisläufen ist diffizil: Während ein kurzer Takt schneller und effektiver zu höherer Qualität führt, ist ein längerer Takt ressourcenschonender. Allerdings brauchen eingeführte Maßnahmen stets auch einige Zeit zum Wirken. Die generellen QM-Systeme sehen daher eine dreijährige Laufzeit vor, das MQMuse geht von einer vierjährigen Laufzeit aus. Eine längere Laufzeit kann kaum empfohlen werden, weil Qualitätszirkel aufgrund zwischenzeitlicher Veränderungen dann ins Leere zu laufen drohen.

Dies führt zu hohem Pragmatismus. So kann beispielsweise im Qualitätsbereich „Externe Kommunikation“ das geforderte Beschwerdemanagement eines Landesmuseums auf hohem Niveau mit Formularen arbeiten, die intern zur Stellungnahme vorgelegt werden und bei denen sowohl die Beschwerdeführenden als auch die Stelle, über die eine Beschwerde einging, eine Rückmeldung erhalten. Ein Heimatmuseum arbeitet dagegen vielleicht nur mit einem Pappkarton am Kassentresen. Hier werden Beschwerdenotizen gesammelt, und zur nächsten Teamsitzung wird der Karton umgedreht und die Zettel werden besprochen. Beides sind funktionierende Beschwerdemanagement-Systeme, die jeweils passen. Oder ein Beispiel aus dem Qualitätsfeld „Evaluation“: Museen mit einem entsprechenden Etat können möglicherweise aufwendige Besucherbefragungen in Auftrag geben. Häuser mit einem kleineren Etat fordern ihre Besucher beim Verlassen des Museums vielleicht nur mit einem Schild neben dem Ausgang auf, eine wöchentlich oder monatlich wechselnde Qualitätsfrage zu beantworten. Dies kann durch Einwurf eines bereitliegenden Kiesels in Boxen erfolgen: „Ich war zufrieden mit der Führung“ in die linke Box, „Geht so“ in die mittlere und „Ich war unzufrieden“ in die rechte Box. Die Auswertung dieser Evaluationsform ist denk-

Was heißt dies nun konkret? Dies sei am Beispiel des Qualitätsbereiches „Ausstellen und Vermitteln“ kurz dargestellt. Das MQMuse fragt danach, wie ein Museum seine ausstellungs-, bildungs-, veranstaltungs-, freizeit- und servicebezogenen Leistungen erbringt. Gibt es ein Ausstellungskonzept? Sind Schwerpunkte und Leitlinien zur Bildungs- und Veranstaltungsarbeit sowie zu freizeit- und servicebezogenen Leistungen festgelegt? Gibt es Kriterien und Verfahren zum Umgang mit Besuchern, Nutzenden oder anderen Adressaten, und sind

bar einfach, und das Museum kann dabei nur lernen, besser zu werden.

Nicht zuletzt hilft ein Museumsmanagement auch dabei, aktuell zu bleiben: In einer sich schnell wandelnden Welt verändern sich auch die an Museen herangebrachten Erwartungen. Deshalb ist es wichtig, im Qualitätsbereich „Bedarfs- und Umfeldbeobachtung“ darauf zu achten, museumsrelevante Trends früh zu erkennen und spannende Themen nicht zu verschlafen – sei es das Anwachsen des Migrantenanteils in unserer Gesellschaft, der Trend zur Aufwertung des Regionalen oder einfach das Anlaufen eines aktuellen Kinohits, zu dessen Handlung es Bezüge in der eigenen Sammlung gibt.

Fazit

Keine Frage: Museumsmanagement verursacht Mehrarbeit und Diskussionen. Doch sie lohnen sich, und letztlich bleibt der Aufwand überschaubar. Ein adäquat umgesetztes Qualitätsmanagement bewirkt Klarheit für das eigene Arbeitshandeln, beseitigt Barrieren in den Arbeitsprozessen und schafft letztlich Zeitersparnis, weil weniger Fehler anfallen. Es schafft gemeinsame Ziele, stärkt die Zusammenarbeit und verbessert die Ergebnisse. Qualitätskreisläufe und Evaluationen helfen dabei, das eigene Handeln zu überprüfen und zielgruppenadäquate und bedarfsgerechte Angebote zu erstellen. Dies steigert die Museums-Attraktivität.

Die Voraussetzung für hervorragende Angebote und Leistungen bleibt aber ein ständiges Bemühen um Qualität und um Verbesserung – Träger, Finanziers, das Publikum und Kooperationspartner honorieren dies. Qualitätsmanagement wird so zu einem Instrument der Zukunftssicherung für Museen. Allerdings darf sich ein Qualitätsmanagement im Museum nicht, wie der eingangs zitierte Museumsdirektor meinte, auf die Objekte konzentrieren. Es muss alle musealen Handlungsfelder einbeziehen: selbstverständlich gerade auch die Museumspädagogik.

Dr. Olaf Mußmann
Konzept & Support
Königsworther Straße 23a
30167 Hannover
info@konzept-support.de

¹ Siehe die Protokolle der Museumsverbände, etwa der Verbandstagungen des Deutschen Museumsbundes unter: www.museumsbund.de.

² Seit 2004 eingeführt in Rheinland-Pfalz, seit 2006 in Niedersachsen und Bremen, ein Standard-Katalog liegt in Mecklenburg-Vorpommern vor.

³ Museen sind danach dauerhafte Einrichtungen, welche Objekte sammeln, bewahren, erforschen, ausstellen und vermitteln, und die über eine gesicherte Basis, über ein Leitbild und ein Konzept, über ein Management und über qualifiziertes Personal verfügen. Siehe www.icom.museum sowie www.icom-deutschland.de.

⁴ Ausnahmen sind beispielsweise das Deutsche Bergbau-Museum Bochum sowie einige Unternehmensmuseen, die jedoch von Unternehmen mit einem eingeführten und dann auf die Museen übertragenen Qualitätsmanagement betrieben werden, vergl. etwa: Richter, Katrin: Qualitätsmanagement in Museen. Eine Praxisanalyse am Beispiel des neuen Mercedes-Benz Museums; Diplomarbeit, techn. Univ., Ilmenau 2007. Zwischenüberblicke zum Thema bieten die Publikationen: Heinze, Thomas: Neue Ansätze im Kulturmanagement Theorie und Praxis, Wiesbaden 2004 sowie Brüggerhoff, Stefan/Tschäpe, Ruth (Hg.): Qualitätsmanagement im Museum?! Qualitätssicherung im Spannungsfeld zwischen Regelwerk und Kreativität – Europäische Entwicklungen, Bielefeld 2001.

⁵ ISO bezeichnet die *International Organization for Standardization*, die weltweit agierende internationale Organisation für Normungen. Die 9000er-Serie steht für den Typus der Qualitätsmanagement-Normen dieser Gesellschaft mit ihren verschiedenen Weiterentwicklungen.

⁶ Siehe Anm. 4. Heinze 2004, S. 123-130.

⁷ EFQM ist die Abkürzung für die *European Foundation for Quality Management*, eine gemeinnützige und mit Unterstützung der Europäischen Kommission von verschiedenen europäischen Unternehmen ins Leben gerufene Organisation, die sich für die Verbreitung und Anwendung ihres Qualitätsmanagement-Modells einsetzt.

⁸ Museums-Qualitäts-Management (MQMuse): Das Modell befindet sich z.Zt. noch in der Pilotphase, vergl. www.museumsentwicklung.de, dort auch: Mußmann, Olaf: Gesellschaftsorientierte Qualitätsentwicklung für Museen und weitere ausstellende Institutionen. Das Handbuch, 2006.

Zertifizierung von Museen und Nutzen für die museumspädagogische Arbeit

Hans Lochmann

2006 legten der Deutsche Museumsbund und ICOM-Deutschland die Standards für Museen¹ vor. Im selben Jahr startete in Niedersachsen ein Pilotprojekt zur Museumsregistrierung,² die die Implementierung der Standards in Museen in Niedersachsen und Bremen zum Ziel hat. Im fünften Jahr kann aus Sicht des Museumsverbandes für die Kernaufgabe der Vermittlung eine Bilanz gezogen werden, die die Stärkung der internen wie externen Kommunikation in den Vordergrund rückt.

Standards für Museen als Grundlage

Die Standards für Museen umfassen insgesamt acht Punkte. Neben den Kernaufgaben *Sammeln, Bewahren, Forschen und Dokumentieren, Ausstellen und Vermitteln* sind dies *dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis, Leitbild und Museumskonzept, Museumsmanagement* und *qualifiziertes Personal*. Das Antragsformular der niedersächsischen Museumsregistrierung gibt Ziele in Form von Basisanforderungen vor und stellt dazu eine Reihe von Fragen. Das Museum füllt diesen Fragebogen aus und reicht ihn zusammen mit erläuternden Dokumenten ein. Eine unabhängige Kommission bewertet die eingereichten Unterlagen.

Zertifizierungen sind inzwischen in vielen Dienstleistungsbereichen üblich, auch im Hochschul- und Bildungsbereich wurden sie vermehrt

Übergabe der Urkunden und Plaketten der ersten Museumsregistrierung in der Niedersächsischen Sparkassenstiftung
Foto: NSKS



eingeführt. Der ganzheitliche Ansatz der niedersächsischen Museumsregistrierung auf der Basis der Standards für Museen hilft, andere Kriterien der Qualität der Museen zu verankern als ausschließlich Besuchszahlen („Quote“), Servicequalität oder glänzende Ausstellungen. Museumsregistrierung schafft konzeptionelle Grundlagen. Leitbild, Museumskonzept, Sammlungskonzept werden obligatorisch. Die Registrierung hilft bei der Positionierung des Hauses in inhaltlichen wie in strukturellen und organisatorischen Fragen.

Qualifizierung durch konzeptionelle Grundlagen

Projektideen, Sanierungspläne und andere Verbesserungswünsche können gegenüber Trägern und Geldgebern auf konzeptioneller Basis besser vermittelt werden. Museen nutzen die Museumsregistrierung als politische Unterstützung gegen kommerzielle Konkurrenz. Seriöse Träger der Museumsregistrierung – das zuständige Fachministerium, der Landes-Museumsverband die regionale Sparkassenstiftung – wecken Vertrauen bei den Museen.

Die Teilnahme an der Museumsregistrierung ist bei Förderanträgen nützlich, nicht, weil irgendein Förderer sie zur Voraussetzung erklärt hätte, sondern weil sich die Museen durch die Teilnahme qualifizieren und aktuelle konzeptionelle Grundlagen vorweisen können. Sie haben den Beweis erbracht, dass sie sich mit den seit 2006 geltenden Standards für Museen auseinandergesetzt und diese verinnerlicht haben. Insgesamt verleiht die Teilnahme eine positive Außenwirkung und weckt Vertrauen für Träger, Spender und langfristige Förderer. Das Museumsteam ist im günstig verlaufenden Fall über Ziele und Intentionen des Museums auf einen aktuellen Stand gebracht. Dies kommt indirekt nicht zuletzt den Museumsbesucherinnen und -besuchern zugute.

Beratung und Weiterbildung

Die intensiviertere partnerschaftliche Beratung durch den Museumsverband gibt den Museumsmitarbeitern Gelegenheit zum kollegialen Gespräch, in dem offen über Sorgen und Nöte gesprochen wird. Stärken und Schwächen des Museumsbetriebes werden ausgetauscht. Für viele schafft die Teilnahme an der Museumsregistrierung Gelegenheit, überhaupt wieder eine Weiterbildung zu besuchen. Die Seminare bieten fachliche Qualifizierung, Erwerb neuen Wissens und dienen der Professionalisierung. Nicht zu unterschätzen ist die Möglichkeit zu Kontakt und Vernetzung mit anderen Museen und zum fachübergreifenden Austausch – eigentlich Selbstverständlichkeiten, die vielfach aber wegen anderer Prioritätensetzung unterblieben waren. Gut angenommen wird das in Kooperation mit der Bundesakademie für Kulturelle Bildung in Wolfenbüttel etablierte Weiterbildungsprogramm zur Museumsregistrierung. Das zeigen

nicht zuletzt die zahlreichen wiederkehrenden auswärtigen SeminarteilnehmerInnen. Das Programm wird ständig evaluiert und weiterentwickelt.

Qualitätsmanagement mit der Museumsregistrierung

Ein Schwerpunkt der Museumsregistrierung ist es, die Museen bei der Einführung eines zeitgemäßen Museumsmanagements zu unterstützen, z.B. um strukturelle Defizite aufzuspüren und abzubauen. Der Blick wird geschärft, Qualität täglich in allen Aufgabenbereichen zu sichern und zu bewahren. Beide Seiten, Museen und der durchführende Verband nutzen die Registrierung, um das Museum und seine Arbeit ganzheitlich zu betrachten. Die Kommunikation der Leistungen des Museums steht an vorderster Stelle. Hinsichtlich der institutionellen und finanziellen Basis kann das Bewusstsein für das Museum bei den beteiligten MitarbeiterInnen gestärkt und beim Träger in Folge weiter entwickelt werden.

Leitbild und Museumskonzept gehören nun in Niedersachsen zu den verbindlichen Konzepten eines Museums. Kaum ein Museum verfügte bisher über ein Leitbild. In Gang gesetzte Leitbildprozesse machen alle Beteiligten mit den Zielen des Museums vertraut. Es wird Anstoß gegeben, Ziele des Museums und gesellschaftliche Aufgaben neu zu bestimmen und zu bewerten. Gerade in Leitbildern ist Raum, die Ziele der Vermittlungsarbeit für die Zukunft in den Vordergrund zu stellen. Aktuelle Konzepte helfen auch, die Führung des Museums in die Hände der nächsten Generation zu geben – Museen geben sich eine Art „Verfassung“, anders gesehen ein „Handbuch“ zur Museumsarbeit.

Professionelleres Marketing erhält einen höheren Stellenwert. Personalstrukturen und interne Organisation werden analysiert und zum Teil neu aufgestellt. Fester Bestandteil der Museumsarbeit wird die Kenntnis vom Publikum des Museums (Besucher und Nichtbesucher). Dessen Analyse wird als kontinuierliche Aufgabe vermittelt. Das Servicebewusstsein wird gestärkt. Vielfach wurden Webseiten aktualisiert und Informationen nutzerfreundlicher gestaltet.

Die Teilnahme an der Registrierung hat vielfach das Klima in den Teams verbessert, MitarbeiterInnen fühlen sich durch eine stärkere Einbeziehung in konzeptionelle Fragen in ihrer Arbeit bestätigt. Die Chance, Museumspersonal in den Weiterbildungen zu qualifizieren wird gut genutzt (zum Teil weit über Pflichtseminare hinaus). Einige Museen konnten weitere ehrenamtliche MitarbeiterInnen anwerben.

Das Sammlungskonzept wurde als weiteres verpflichtendes Konzept eingeführt. In der Mehrzahl findet erstmalig eine schriftliche Fixierung von Sammlungszielen statt (auch bei großen Museen). Es wird ein Überblick über Sammlungsgeschichte und vorhandene

Sammlungsgruppen geschaffen. Eine Diskussion über künftige Sammlungsstrategien wird in Gang gesetzt. Träger und Öffentlichkeit nehmen Sammlung anders wahr. Es kann besser kommuniziert werden, welche Inhalte das Museum zu vermitteln hat.

Sicherheitsroutinen, optimale Depots oder kontinuierliche Klimaüberwachung sind wenig förderattraktive Arbeitsfelder der Museen. Im Rahmen der Museumsregistrierung wird versucht, zuvor bereits beobachtete bauliche Mängel, vernachlässigtes Gebäudemanagement und somit die Unterbringung der Sammlungen in Ausstellung wie in Depot konservatorisch zu verbessern. Eine bessere räumliche Nutzung von Ausstellungsräumen wird angestoßen, wovon auch die Infrastruktur der Bildungsarbeit profitiert. Die stärkere Vermittlung der Aufgaben des Sammlungserhalts könnte ein weiteres Ziel werden.

Viele Forschungsleistungen durch das Museum selbst oder auch durch Dritte müssen erst einmal an die Öffentlichkeit geholt werden. Forschen wird als Aufgabe des Museums besser wahrgenommen, Vernetzungen mit anderen Forschungseinrichtungen werden sichtbar und zum Teil neu angeregt. Auch die hausinterne Vernetzung von Forschung und Vermittlung wird gestärkt. Die Modernisierung der Dauerausstellungen erhält neuen An Schub. Museen werden zu mehr Kooperationen im Bereich Wechsellausstellungen ermuntert und neue Vernetzungen angeregt.

Vermittlung

Die richtige Ausrichtung der Seminare zum Thema Vermittlung bereitete die größten Schwierigkeiten bei der Justierung des Seminar-Curriculums. Der Anspruch, große und kleine Museen auch in den Weiterbildungen an einen Tisch zu setzen, droht an der sehr unterschiedlichen Situation der MitarbeiterInnen im Bildungsbereich zu scheitern. Während die Profis eher eine Standortbestimmung und die Erschließung neuer Besuchergruppen interessiert, ist eine Vermittlung von Grundlagen der kulturellen Bildungsarbeit für MitarbeiterInnen kleinerer Einrichtungen vonnöten. In den Seminaren wird häufig eine fehlende Anerkennung und gute Verankerung im Hause sichtbar. Konzeptionelle Arbeit ist hier noch selten möglich, die „Bildungsfront“ muss eher „Feuerwehr“ für fehlende Didaktik der Ausstellungen und nicht genügend erfolgte Einbindung in die wissenschaftliche Arbeit des Museums spielen. Im Rahmen der Selbstevaluation wird die vorhandene Vermittlungsarbeit analysiert und – so hoffen die Projektträger – im Hause besser wahrgenommen. Gute Beispiele von Kooperationen, z.B. mit Schulen werden hervorgehoben, Defizite in Angriff genommen. Sehr von Nutzen sind die inzwischen ebenso beim DMB erschienenen Qualitätskriterien für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit.

Nicht von ungefähr können zahlreiche Museen mit aktiver Bildungsarbeit in der abschließenden Bewertung positiv punkten. In der Öffentlichkeitsarbeit der Museen müssen die Leistungen der Forschungsarbeit und die Vermittlungsaktivitäten in ihrem Zusammenhang noch deutlich mehr herausgestellt werden.

Nutzen für die Museen

Bei allem Aufwand – es wurden in Einzelfällen zwei bis drei Personenmonate genannt – wird das Ergebnis aus Sicht der Museen positiv gesehen. Selbst Museen, die nicht auf Anhieb die Ziele erreicht haben, profitierten von der Stärken-Schwächen-Analyse. In nicht wenigen Fällen konnten im Zusammenhang mit der Teilnahme an der Museumsregistrierung unmittelbar finanzielle Mittel für länger geplante Verbesserungen eingeworben werden. Für perspektivische Weichenstellungen des Museums ist die Teilnahme von größtem Nutzen. Registrierte Museen fühlen sich für die Zukunft gewappnet. Eine Vergleichbarkeit mit anderen Museen kann hergestellt werden, Hilfe im Wettbewerb mit anderen Einrichtungen wird geleistet.

Ausblick

Die Standards für Museen müssen weiter verankert werden. Die in Niedersachsen gemachten Erfahrungen zeigen deutlich, dass die Museen nach anfänglichem Vorbehalt die Registrierung als ein nachhaltiges Instrument zur Qualitätssicherung und Professionalisierung schätzen lernen. Nun gilt es, den Nutzen gut aufgestellter Museen für Besucher zu vermitteln. Das für sieben Jahre verliehene „Qualitätssiegel“ der Museumsregistrierung setzt hier ein sichtbares Zeichen.

Dipl.-Geogr. Hans Lochmann
Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V.
Prinzenstraße 23, 30159 Hannover
Hans.Lochmann@mvnb.de
www.museumsregistrierung.de, www.mvnb.de

Literatur:

Lochmann, Hans: Das Pilotprojekt Museumsregistrierung in Niedersachsen und Bremen – ein Zwischenbericht, in: Mitteilungsblatt Museumsverband für Niedersachsen und Bremen, Nr. 68, März 2007, S. 30-33.

Lochmann, Hans: Qualifizierung der Museen mit der Museumsregistrierung, in: Dreyer, Mathias/Wiese, Rolf (Hg.): Qualität, Güte, Wertschätzung. Worauf Museen achten müssen! Rosengarten-Ehestorf, 2008, (Tagungsband zur 8. Tagung des Arbeitskreises Museumsmanagement, Schriften des Freilichtmuseums am Kiekerberg, Bd. 62), S. 23-32.

¹ Deutscher Museumsbund/ICOM-Deutschland (Hg.): Standards für Museen, Kassel, Berlin 2006.

² Siehe www.museumsregistrierung.de

Der Förderpreis Museums- pädagogik der VGH-Stiftung: Museum erleben!

Sabine Schormann

Museen stehen stärker denn je vor der Herausforderung, sich gegenüber anderen Freizeitangeboten zu behaupten, ohne dabei ihren Bildungsauftrag zu vernachlässigen. Um die vermeintliche Kluft zwischen Unterhaltung und Bildung zu überbrücken, ist qualitätvolle Vermittlungsarbeit gefragt. Wie aber kann diese gelingen? Wie können museumspädagogische Angebote konzipiert werden bei immer knapper werdenden Mitteln? Und dies, ohne dass die Qualität auf der Strecke bleibt? Der Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung versucht Antworten zu geben.

Zielsetzung und Konzeption

„Nicht das Kind soll sich der Umgebung anpassen, sondern wir sollten die Umgebung dem Kind anpassen.“ Schon die italienische Reformpädagogin Maria Montessori verdeutlichte Anfang des zwanzigsten Jahrhunderts, dass

junge Menschen in ihrer Lebenswelt abgeholt werden müssen, um ihnen bestimmte Lerninhalte vermitteln zu können – dies gilt sicher im vorschulischen und schulischen Bereich, ganz sicher aber auch für Museen. Insbesondere im digitalen Zeitalter wird es immer schwieriger, Kinder und Jugendliche für museale Inhalte zu begeistern – zu groß sind Konkurrenzangebote, museumspädagogische Kreativität ist gefragt.

An erfinderischen Ideen mangelt es Ausstellungshäusern nicht: Museumspädagogen haben es mit ihren Ideen in der Hand, junge Menschen weniger durch passive Belehrung, sondern vielmehr durch eigenes Ausprobieren und Erleben für museale Themen zu interessieren. Woran es oft hapert, ist eine qualifizierte fachliche und finanzielle Unterstützung. Hier setzt der Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung an. Denn seit Gründung im Jahr 2000 ist wesentlicher Schwerpunkt der Stiftungsarbeit, das Interesse junger Menschen an kulturellen Werten zu stärken.

Mit dem Förderpreis Museumspädagogik werden innovative museumspädagogische Vorhaben ausgezeichnet. Die Museen bewerben sich mittels eines Projektplanes, eine mit Fachleuten besetzte Jury¹ wählt die Preisträger aus. Mit dem Preisgeld wird das Museum in die Lage versetzt, sein Projekt zu verwirklichen. Der Förderpreis Museumspädagogik zielt nicht auf die Größe eines Museums ab. Entscheidend sind vielmehr die kreativen Ideen – museumspädagogische Initiativen, die bei Besuchern Neugier wecken.

Der Förderpreis Museumspädagogik ist mit insgesamt 21.000 Euro dotiert. Es werden bis zu sechs

Plakat zum Projekt „Hoffmann-Lieder
im Sound unserer Zeit“

Hoffmann

LIEDER
im Sound
unserer Zeit

Theodor-Heuss-Gymnasium
am Donnerstag,
dem 18. Februar 2010,
um 18 Uhr, in der Aula
Eintritt frei!

Hoffmann-von-Fallerleben-Museum
VGH Stiftung

Hoffmann
v. Fallersleben
Gymnasium
Wolfsburg

musikschnle
der Stadt Wolfsburg



Einzelpreise mit jeweils 3.500 Euro vergeben. Nach Projektabschluss werden alle umgesetzten Projekte – zur Anregung auch für andere Museen – unter www.vgh-stiftung.de ins Internet eingestellt. Auf diese Weise wird die nachhaltige Wirkung der Vorhaben gesichert und ein Ideenpool entsteht.

Teilnahmebedingungen

Um den Förderpreis Museumspädagogik können sich alle Formen von Museen bewerben, die im Geschäftsgebiet der VGH liegen. Unterstützt werden geplante Vorhaben im Bereich der Museumspädagogik, insbesondere für Kinder, Jugendliche und Familien wie zum Beispiel:

- Vorhaben für Schulen, insbesondere außerschulische Programme für Ganztagschulen
- Mehrgenerationen-Vorhaben
- kindgerechte Ausschilderungen und *Hands-on*-Installationen für die Dauerausstellung
- Forschungsvorhaben für Kinder und Jugendliche
- Aktionsprogramme zur Förderung der Kreativität
- Ausstellungen von Kindern für Kinder
- Multimedia-Anwendungen speziell für Kinder und Jugendliche
- eigenständige Projekte oder solche, die sich auf eine Ausstellung beziehen

Das geplante Projekt soll Besuchern die Sammlungskonzeption bzw. die jeweilige Dauer- oder Wechselausstellung des Museums nahe bringen, es soll neue Wege

beschreiten und Lust auf Museum vermitteln. Leichte Verständlichkeit, Nachhaltigkeit, inhaltliche Tiefe, Übertragbarkeit und Zusammenarbeit mit Partnern sind ebenfalls Kriterien, die bewertet werden. Deutliche Weiterentwicklungen bestehender Projekte können ebenfalls eingereicht werden. Der Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung wird immer Anfang des Jahres anlässlich der Jahrestagung des Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen e.V. ausgelobt.

Beispielhafte Projekte

Das Hoffmann-von-Fallersleben-Museum Wolfsburg erhielt für das Projekt „Hoffmann-Lieder im Sound unserer Zeit“ im Jahr 2009 einen Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung. Das Projekt hatte die Absicht, den heute kaum noch bekannten Dichter Jugendlichen näher zu bringen. In sechs Wochen lernten 113 Schülerinnen und Schüler den Dichter und seine Zeit kennen und verwandelten seine Gedichte unter der Anleitung von Musikern, Pädagogen und Lehrern in eine mitreißende Musik-, Tanz- und Kunstperformance. Diese wurde in einer öffentlichen Aufführung präsentiert – ein Riesenerfolg und ein ganz besonderes Erlebnis für alle Beteiligten vor großem Publikum. Einige Projektergebnisse wurden zudem in die Ausstellung des Museums integriert.

Auch das Deutsche Sielhafenmuseum in Carolinensiel konnte sich 2009 über einen Förderpreis Museumspädagogik freuen. Das Ausstellungshaus wurde für sein Vorhaben „Die dramatische Rettung des Küstenseglers

ORA ET LABORA im Jahr 1909 – ein Hörspielprojekt“ ausgezeichnet, das Schüler anregte, sich mit dem Rettungswesen an der deutschen Nordseeküste einst und heute auseinanderzusetzen. In dem Projekt lernten Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 5 – 7 in einem ganzheitlichen Ansatz ein wichtiges Thema ihrer Region kennen. Gemeinsam mit der Museumspädagogin besuchten sie hierzu eine historische Rettungsstation und Ausstellungsbereiche zum Thema Seenotrettung, interviewten Mitglieder der „Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger“ und setzten sich während einer Fahrt mit dem museumseigenem Segelkutter mit den Naturgewalten Wind und Wasser auseinander. Die erworbenen Kenntnisse setzten sie – unterstützt vom örtlichen Radiosender – in einem Hörspiel um, das die Rettung der ORA ET LABORA durch das Rettungsboot VEGESACK im Jahr 1909 zum Inhalt hat. Das Hörspiel wurde als Hörstation in die Dauerausstellung integriert.

Zusammenfassung und Ausblick

Die dargestellten Beispiele unterstreichen, dass es beim Förderpreis Museumspädagogik nicht auf die Größe eines Museums ankommt. Beide vorgestellten Museen sind eher kleine Ausstellungshäuser, die mit ihren Projekten sinnvolle Anknüpfungspunkte zur eigenen Sammlung geschaffen haben und diese durch innovative Ideen an Jugendliche vermitteln konnten.

Dass die Arbeit als nachhaltig betrachtet werden kann, ist aus zweierlei Gründen gegeben: Zum einen wurden die Projektberichte festgehalten und stehen im Internetauftritt der VGH-Stiftung zum Nachlesen bereit, zum anderen haben beide Museen die Arbeitsergebnisse in ihre Ausstellungen eingearbeitet. Ein Aspekt, der sowohl für die mitmachenden Kinder Bestätigung ist als auch für jugendliche Besucher von besonderem Interesse sein dürfte.

Die VGH-Stiftung konnte mit ihrem Förderpreis bereits 52 Projekte verwirklichen helfen – ein wichtiger Baustein im Förderprofil, der auch in Zukunft verfolgt werden soll. Denn schließlich betont der Museumsverband für Niedersachsen und Bremen die positive Auswirkung auf den museumspädagogischen Bereich: „Die Einrichtung des VGH-Förderpreises Museumspädagogik hat in Niedersachsen seit 2002 die öffentliche Aufmerksamkeit gesteigert.“



Dr. Sabine Schormann
Geschäftsführerin der VGH-Stiftung
Schiffgraben 6-8
30159 Hannover
sabine.schormann@svn.de

¹ Mitglieder: Dr. Andreas Grünewald Steiger, Leiter des Programmbereichs Museum an der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel, Stefan Bresky, 1. Vorsitzender des Bundesverbandes Museumspädagogik und Museumspädagoge beim Deutschem Historischen Museum Berlin, Hans Lochmann, Geschäftsführer des Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen, Dr. Sabine Schormann, Geschäftsführerin der VGH-Stiftung, Dr. Thomas Wurzel, Vorsitzender des Hessischen Museumsverbandes Frankfurt/Main.

Auf neuen Wegen

Leitbildentwicklung und Umsetzungsstrategien im Landesmuseum Mainz

Sonja Horn/Ursula Wallbrecher

Das Landesmuseum Mainz hat seit Anfang des dritten Jahrtausends eine komplette Erneuerung erfahren: Ein groß angelegter Umbau hat das Haus fit für die Zukunft gemacht und ein modernes, zeitgemäßes Museum geschaffen. Mit den Planungen zu diesem Umbau, an denen die Mitarbeiter des Hauses von Anfang an in regelmäßigen Besprechungen beteiligt waren, wurde ein weiterer Prozess in Gang gesetzt mit dem Ziel, nun auch im inhaltlichen Sinne eine Neuorientierung zu erreichen. Ausgangspunkt hierfür war eine Besucherbefragung, die das „Zentrum für Evaluation und Besucherforschung“ in Karlsruhe vornahm. Die Ergebnisse dieser Evaluation wurden im Hause diskutiert, und im Anschluss daran wurden im Jahr 2006 zwei Workshops abgehalten, einer zur strategischen Ausrichtung des Landesmuseums Mainz, einer zu seinen operativen Zielen. Aus diesen Workshops entwickelte sich der Wunsch, ein Leitbild zu erarbeiten, das die Position des Landesmuseums Mainz nach außen kommunizieren sollte, zugleich aber auch, von allen Mitarbeitern des Hauses getragen und akzeptiert, nach innen wirken konnte.¹

Ein Leitbild wird geformt

Um dieses Leitbild zu entwickeln, wurden zunächst alle Mitarbeiter des Hauses aufgefordert, an einem Brainstorming zu den Stärken des Landesmuseums Mainz teilzunehmen. Dabei ging es vor allem um die Unverwechselbarkeit der Sammlung und um die Zielvorstellungen, die die Mitarbeiter mit dem Museum als ihrem Arbeitsplatz, aber auch mit seiner Position in der kulturellen Landschaft von Mainz, Rheinland-Pfalz und darüber hinaus verbanden. Sodann trafen sich Mitarbeiter des Hauses aus allen Abteilun-



gen zu regelmäßigem Austausch, unterstützt von einer externen Museumsberaterin.² Jeder Mitarbeiter, der Interesse hatte, konnte an dem nun beginnenden Prozess teilnehmen. Einige Mitarbeiter legten der „Arbeitsgruppe Leitbild“ ihre Gedanken in schriftlicher Form vor; die Inhalte wurden hausintern veröffentlicht und ausführlich diskutiert. Schließlich führte ein Mitarbeiter die Textbausteine in einem Dokument zusammen, das wiederum als Diskussionsgrundlage diente, um schließlich nach einem längeren Überarbeitungsprozess in eine endgültige Fassung zu münden.

Facetten des gemeinsamen Leitbildes

So verschiedenartig die Beiträge waren, die zu einem Leitbild führten, so facettenreich stellt sich dieses nun dar. Grundlegend für die gemeinsame Arbeit ist das Bestreben, das Landesmuseum Mainz einem breiten Publikum zu öffnen und dabei seiner Tradition als einem der ältesten Museen Deutschlands gerecht zu werden. Dafür nimmt man sich der klassischen Museumsaufgaben an, jedoch dienen das Sammeln, Bewahren, Erforschen und Vermitteln nicht einem Selbstzweck, sondern werden in ihrer Wechselbeziehung verstanden und praktiziert. Ein erklärtes Ziel, das im Mittelpunkt der Museumsarbeit steht, ist die Besucherorientierung. Die Neupräsentation der Schausammlung, die Sonderausstellungen und diverse Angebote wie Veranstaltungen und Begleitmaterialien zielen auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und Erwartungen der Besucher ab. Ein besonderes Augenmerk liegt hier auf Menschen mit Handicaps, die im Landesmuseum Mainz sehr willkommen sind. Die Herausforderung, alle Räumlichkeiten, die Ausstattung und Veranstaltungen barrierefrei zu gestalten, wurde engagiert angenommen. In dem Bewusstsein, dass für eine erfolgreiche Museumsarbeit das Zusammenwirken der einzelnen Bereiche und Abteilungen unerlässlich ist, sollen interne Abläufe und Kommunikationsstrukturen optimiert werden. In der Außenkommunikation wird dem Personal, das im Kontakt mit den Besuchern steht, sowie der Öffentlichkeitsarbeit große Bedeutung beigemessen. Unterstützung erfährt das Landesmuseum Mainz in der Bewältigung seiner Aufgaben durch Freunde, Förderer und Kooperationspartner. Ein verantwortungsbewusster Umgang mit dem Engagement, das dem Haus von außen entgegengebracht wird, und eine breite Vernetzung mit anderen Institutionen und kulturell interessierten Menschen sollen helfen, das kulturelle Erbe zu bewahren und das Haus zu einem Museum für alle werden zu lassen.³

Umsetzung des Leitbildes

Die gemeinsame Auseinandersetzung mit den Museumsaufgaben und Zielen, die zur Entstehung des

Leitbildes führte, kam allen an den Umbauplanungen Beteiligten zugute, weil man sich in den Intentionen einvernehmlich und zielgerichtet mit den Fragen der Neupräsentation der Kunstwerke, der Ausstellungsgestaltung und der technischen Ausstattung befassen konnte. In den wöchentlichen Planungsgesprächen wurde in einem mehrjährigen Prozess im Team mit Unterstützung eines Gestaltungsbüros⁴ daran gearbeitet, die Vorstellungen, die im Leitbild zum Ausdruck gebracht wurden, umzusetzen.

Das Leitbild formuliert ein Ideal, das dazu beiträgt, Qualitätsstandards zu setzen und zu erreichen. Ebenso dient es der Standortbestimmung und indiziert, an welchen Stellen verstärkt gearbeitet werden soll. Insofern erwies sich das Leitbild nicht nur den Umbau betreffend als richtungsweisend. Auch bei den Vorbereitungen von Sonderausstellungen und bei den Konzeptionen der Besucherangebote orientierte man sich an den gemeinsam entwickelten Zielsetzungen. Nicht immer kam man dabei zu gleichen Formen der Umsetzung, da diese projekt- und personengebunden sind. Auch lassen sich nicht alle Forderungen gleichermaßen erfüllen – nicht jedes Angebot lässt sich barrierefrei gestalten und nicht jedes Projekt lässt sich mit der Unterstützung durch Kooperationspartner oder Förderer stemmen –, so dass die Arbeit mit dem Leitbild von Abwägungen und der Suche nach Möglichkeiten begleitet wird. Doch die Mühe, dem Leitbild entsprechend zu konzipieren und zu gestalten, lohnt sich – für das Projekt, für die Besucher und für das Museum. Mit dem Leitbild als Grundlage ließ sich im Landesmuseum Mainz die Angebotsstruktur leichter analysieren und in der Folge konnten Verbesserungen oder Neuerungen herbeigeführt werden, sei es bei der Planung von Workshops oder bei der Realisation von Veranstaltungen wie beispielsweise einer Lesezeitreise in Kooperation mit der Bücherei am Dom oder der Konzeption eines Folienbuches für Blinde und Sehbehinderte.

Besucherorientierung

Der Umbau des Museums bot die günstige Gelegenheit, umfassende Neuerungen in der Einrichtung der Räume und der Präsentation der Ausstellungsobjekte vorzunehmen, die dem formulierten Ziel nach Besucherorientierung entsprachen. Dabei ging es um vielerlei Fragestellungen wie zum Beispiel die Anzahl und Auswahl der gezeigten Werke – hier galt es das richtige Maß zu finden –, die Schriftgröße für die Begleittexte oder den Einsatz unterschiedlicher Medien, die dem Besucher in der Ausstellung zur Verfügung stehen. Man entschied sich für eine Präsentation, bei der das einzelne Werk in seinem historischen, soziologischen oder künstlerischen Kontext steht. Gemälde, Skulpturen, Kunsthandwerk und archäologische Funde erschließen sich hier

auch dem Besucher, der das Museum für sich allein erkunden möchte. In jeder Abteilung liefern Touchscreens Hintergrundinformationen, und *Hands On*, darunter auch Riech- und Hörstationen, fordern mehrere Sinne heraus. Inszenierungen und projizierte Lebensbilder erleichtern die Vorstellung von vergangenen Zeiten.

Überraschende Eindrücke gewinnt der Besucher in einem Raum, der am Beginn des Museumsbesuchs steht. Hier beleuchten Exponate in epochenübergreifender Präsentation elementare Themen der menschlichen Existenz – Zeit, Glück, Glaube, Gewalt, Liebe und Tod – und vermitteln zudem einen Überblick über die umfangreiche Sammlung des Museums. Der Selbsttätigkeit wird im „zeitRAUM“ besondere Bedeutung beigemessen. In diesem Aktionsraum für Jung und Alt mit ca. 70 m² kann man an zehn Stationen einzelnen Epochen begegnen, indem man beispielsweise eine mittelalterliche Stadt erbaut, ein Stillleben mit Realien erstellt oder geometrische Formen zu einem abstrakten Kunstwerk fügt.

Ein Haus für alle Besucher: Barrierefreiheit

Das Landesmuseum Mainz will ein Haus für alle Menschen sein. Dazu gehört, dass die Zugänglichkeit aller Räumlichkeiten unabhängig von der Mobilität der Besucher gewährleistet ist, wofür zum Beispiel durch den Einbau von Rampen, Treppenliften und automatischen Türöffnern gesorgt wurde. Mit speziellen Angeboten und Dienstleistungen geht das Haus aktiv auf unterschiedliche Gruppen zu, um ihnen die Möglichkeit zu geben, auf ihre Weise der Kunst und der Geschichte im Landesmuseum zu begegnen: So gibt es beispielsweise Folienbücher für Blinde und Sehbehinderte zum Haus insgesamt und sogar zu einzelnen Kunstwerken, in denen es Texte in Punkt- und Großschrift gibt und Folien, die in Reliefstruktur die Kunstwerke ertastbar wiedergeben. Des Weiteren steht eine Audioguide-Führung speziell für diese Besuchergruppe zur Verfügung. Für Gehörlose und Hörbehinderte gibt es einen Videoguide, auf dem Videos in Deutscher Gebärdensprache zu sämtlichen Highlights des Hauses zu sehen sind. Der Akzent liegt grundsätzlich auf der Selbstbestimmtheit der Menschen mit Handicaps, denen hier eine Teilhabe am kulturellen Leben ermöglicht wird.

Ein Leitbild für alle

Tragfähig und alltagstauglich kann ein Leitbild nur dann sein, wenn sich alle Mitarbeiter damit identifizieren können und seine Umsetzung ein allgemeines Anliegen ist. Aus diesem Grund wurde im Landesmuseum Mainz, nachdem das Bedürfnis nach einem Leitbild kollektiv erwacht war, die Entwicklung gemeinschaftlich betrieben. Auch wenn die Beteiligung im Einzelnen unter-

schiedlich ausfiel, so erhielt man am Ende ein Ergebnis, das im Team entstanden ist und mit dem alle zufrieden waren. Die intensive Auseinandersetzung mit den gemeinsamen Zielsetzungen führte außerdem dazu, dass diese verinnerlicht wurden und dadurch wirksam werden können, ohne dass man sich stets des Leitbildes bewusst ist. Doch auch für die freien Mitarbeiter des Museums soll das Leitbild Relevanz besitzen. Da es in diesem Bereich immer wieder personelle Veränderung gibt, ist es eine stete Aufgabe des Museums, die übergreifenden Positionen zu vermitteln. Im Landesmuseum Mainz gibt es zu diesem Zweck Ansprechpartner auf Seiten der festen Mitarbeiter, Briefings und Gesprächsrunden nach Bedarf. Indem freie Mitarbeiter so weit wie möglich in Gestaltungs- und Umsetzungsprozesse einbezogen werden, erhöht sich ihre Identifikation mit dem Museum und seinen Zielsetzungen.

Leitbild im Wandel

In den letzten Jahren haben sich massive strukturelle Änderungen ergeben, die sich auch unmittelbar auf das Leitbild des Landesmuseums Mainz auswirken werden: Das Landesmuseum Mainz gehört seit Anfang 2008 zur Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz, unter deren Dach die Landesmuseen in Koblenz, Trier und Mainz, die Landesdenkmalpflege, „Burgen Schlösser Altertümer“ und die Landesarchäologie Rheinland-Pfalz zusammengeschlossen sind. Diese große Landesbehörde, deren Ziel es ist, die Vernetzung der bisher einzeln agierenden Institutionen im Sinne förderlicher Synergieeffekte nutzbar zu machen, wird sich des Themas „Leitbild“ nun noch einmal neu annehmen – da werden unsere Erfahrungen besonders wertvoll sein!

Sonja Horn, Ursula Wallbrecher
Landesmuseum Mainz
Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz
Große Bleiche 49 – 51
55116 Mainz
sonjahorn.mail@web.de
ursula.wallbrecher@gdke.rlp.de

¹ Der Deutsche Museumsbund e.V. sieht in einem Leitbild und dem daraus hervorgehenden Museumskonzept die Grundlage für die Museumsarbeit; siehe Deutscher Museumsbund/ICOM Deutschland (Hg.): Standards für Museen, Kassel, Berlin 2006, S. 9f.

² Ursula Dworák, Museo Consult, Stuttgart.

³ Das Leitbild ist auf der Internetseite des Landesmuseums Mainz veröffentlicht: http://www.landmuseum-mainz.de/enid/9ce5027da7d8923e0f796bca1aba94bb,o/Das_Museum/Leitbild_lf.html [15.12.2010].

⁴ Design... und mehr, Stuttgart

Professionalisierung ehrenamtlich geführter Museen

Förderung und Beratung durch das LWL-Museumsamt
am Beispiel der Museumspädagogik

Ulrich Nesecker

Zum gesetzlichen Auftrag des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) gehört die Förderung und Beratung der Museen. Ansprechpartner ist das LWL-Museumsamt. Zwei Richtlinienpapiere regeln die Förderung und nennen jeweils die Kriterien für Museen und Heimatstuben.¹ Neben den kommunalen Museen mit hauptamtlicher Leitung werden also auch die ehrenamtlich geführten Museen (Heimatstuben/Kleine Sammlungen) beraten und gefördert. Im Schwerpunkt sind dies Einrichtungsmaßnahmen zum Objektschutz, zur Dokumentation und Museumspädagogik. Das museumspädagogische Angebot für diese Einrichtungen wird im Folgenden vorgestellt.

Beratung und Förderung in der Museumspädagogik

Eine Beratung ist unabhängig von der Förderung möglich. Museumspädagogische Konzepte werden mit 30% der zuwendungsfähigen Aufwendungen gefördert. Dem geht ein Beratungsgespräch mit dem Museumspädagogen des LWL-Museumsamtes voraus. Dabei wird geklärt, welche Themen das Museum vermitteln will, auf welche Altersstufe museumspädagogische Programme abgestimmt werden sollen, wer das Konzept erarbeitet und wer es im Anschluss professionell durchführen kann. Hat die Einrichtung selbst niemanden, der ein Konzept schreiben kann, stellt das LWL-Museumsamt



*Selbst geschöpftes Büttenpapier.
Foto: LWL-Museumsamt*



eine Referenzliste zur Verfügung, in der sowohl Firmen als auch Einzelpersonen aufgeführt sind. In der Praxis wird dann vom Museum ein Angebot über einen Werkvertrag vorgelegt. Förderfähig sind auch alle Materialien, die zur Durchführung einer Veranstaltung notwendig sind wie Modelle, Abbildungen, Arbeitsgeräte etc. Ausgenommen sind Verbrauchsmaterialien. Nach einer positiv verlaufenden Prüfung erhält das Museum einen Bewilligungsbescheid und kann den Werkvertrag in Auftrag geben. Nach Fertigstellung des Werkes wird dies inklusive aller Rechnungen beim Museumsamt eingereicht (Verwendungsnachweis). Sind die Förderkriterien erfüllt, können die Beträge ausgezahlt werden.

Museumspädagogik auf Reisen

Als besonderen Service bietet das LWL-Museumsamt die „Museumspädagogik auf Reisen“ an. Hier werden fertig ausgearbeitete Programme inklusive aller notwendigen Materialien kostenlos zur Verfügung gestellt. Dies hat folgende Gründe: Ausstellungen zu bestimmten Themen wiederholen sich in zahlreichen Museen. Klassische

Beispiele sind „Vom Flachs zum Leinen“, „Vom Korn zum Brot“ oder „Tiere aus der Eiszeit“. Aus personeller und finanzieller Sicht wäre es unproduktiv, wenn jedes Museum selbst zu diesen Themen eigene Programme erstellen würde. Dies gilt auch für Exponatgruppen wie Druckgrafiken, Gemälde oder Beschreibstoffe, für die sich übertragbare Angebote entwickeln lassen.

Dazu ein klassisches Beispiel: Das LWL-Museumsamt hat ein Programm entwickelt, in dem Grundschüler der Klassen 2 – 4 anschaulich den Weg des Flachses von der Aussaat bis zum fertigen Leinen nachvollziehen können. Den Museen wird dazu ein schriftlich erarbeiteter Verlauf des Programms inklusive der Hintergrundinformationen sowie aller notwendigen Materialien zur Durchführung des Programms bereitgestellt. Vor der Durchführung erhalten die Museumsmitarbeiter vor Ort eine Schulung durch den Museumspädagogen des LWL-Museumsamtes zum Ablauf des Programms, zum Umgang mit den Geräten zur Flachsverarbeitung, verbunden mit Tipps zur Betreuung von Schülerinnen und Schülern. Die Verbesserung des museumspädagogi-

schen Angebotes in den westfälischen Museen verbindet sich auf diese Weise mit der Einführung altersgerechter Vermittlungsformen. Lernen mit allen Sinnen ersetzt in den Museen die noch häufig üblichen klassischen Führungsangebote. 2010 wurden etwa 30 Veranstaltungen mit bis zu jeweils 10 teilnehmenden Schulklassen in westfälischen Museen durchgeführt. Das Angebot soll weiter ausgebaut werden. Ein weiteres Ziel des LWL-Museumsamtes ist es, diese Angebote dauerhaft in den Museen zu etablieren. Dies ist inzwischen zahlreich geschehen.

Erstellt werden diese Programme von erfahrenen freien Mitarbeitern über einen vom LWL-Museumsamt finanzierten Werkvertrag. Die Redaktion liegt beim dort angestellten Museumspädagogen. Voraussetzung für die Bereitstellung eines derartigen Programms ist allerdings, dass es von mehreren Museen genutzt wird. Das aktuelle Angebot ist im Internet abzurufen.²

Fortbildungen für Museumspädagogen und -pädagoginnen

Hierzu gibt es mehrere Angebote:

- In der Vereinigung Westfälischer Museen (VWM), mit der das LWL-Museumsamt eng zusammenarbeitet, gibt es einen Arbeitskreis Museumspädagogik, der ein- bis zweimal im Jahr eine Tagung ausrichtet. Diese Tagungen nehmen sich eines speziellen Themas an und stellen die Museumspädagogik des jeweiligen Hauses vor. Außerdem gibt es die Möglichkeit, in Kurzvorträgen neues aus der Museumspädagogik in Westfalen vorzustellen. Wichtigstes Anliegen dieser Tagung ist aber der Austausch von Informationen. Eingeladen zu den Tagungen sind nicht nur Museumspädagogen und -pädagoginnen, sondern alle Personen, die sich für die Vermittlung verantwortlich fühlen, Museumsleiter, Wissenschaftler an Museen und Ehrenamtliche eingeschlossen. Eingeladen wird über die VWM.
- Das LWL-Museumsamt hat eine Referenzliste zusammengestellt, in der Einrichtungen, Firmen und Einzelpersonen aufgeführt sind, die Schulungen für Museumspädagogen durchführen. Diese Liste wird auf Nachfrage den interessierten Museen zur Verfügung gestellt.
- Museumsmitarbeiter können bei museumspädagogischen Veranstaltungen des LWL-Museumsamtes hospitieren.

Leider ist es vor allem aus personellen Gründen bisher nicht möglich, zentrale Schulungen über das LWL-Museumsamt anzubieten. Geplant ist allerdings für 2011 ein Seminar zum Thema Museumspädagogik für die Mitglieder des Westfälischen Heimatbundes, in dem in Westfalen zahlreiche kleine Museen organisiert sind.

Handreichungen für ehrenamtlich geführte Museen

2001 erschien das „Handbuch zur ehrenamtlichen Museumsarbeit“, in dem sich ein Kapitel mit der personalen Vermittlung befasst. Das Werk war nicht im Buchhandel zu erwerben sondern wurde über das LWL-Museumsamt an Museen abgegeben.³ Das Buch ist inzwischen online verfügbar.⁴

Ulrich Nesecker
LWL-Museumsamt für Westfalen
Salzstraße 38 Erbdrostenhof
48133 Münster

Literatur

Linke, Wolfgang (hrsg. im Auftrag des LWL): Vor Ort – Museumspädagogik in der Region, Münster 1992.

Linke, Wolfgang (hrsg. im Auftrag des LWL): Vor Ort – Museumspädagogik in der Region, Münster 1995. (Das Heft kann über das LWL-Museumsamt kostenlos bezogen werden.)

Deutscher Museumsbund/Bundesverband Museumspädagogik (Hg.): Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Berlin 2008.

¹ Sie sind online abrufbar unter http://www.lwl.org/wma-download/download/WMA_Richtlinien_Museen.pdf und <http://www.lwl.org/wma-download/download/WMA-Richtlinien-Heimatstuben.pdf> [7.12.2010].

² Siehe www.lwl.org/LWL/Kultur/Museumsamt/Museumspaedagogik/Museumspaedagogik-auf-Reisen/ [7.12.2010].

³ Nordrhein-Westfalen-Stiftung (Hrsg.): Handbuch zur ehrenamtlichen Museumsarbeit. Leitfaden für die Praxis, Münster 2001.

⁴ Siehe <http://www.nrw-stiftung.de/museumshandbuch/> [7.12.2010].

Auf die Suche gemacht: Die Datenbank „KulturGut ver- mitteln – Museum bildet!“

Sarah Metzler/Vera Neukirchen

Tagtäglich leisten große wie kleine Museen in ganz Deutschland engagierte Vermittlungsarbeit und damit einen wesentlichen Beitrag zur Bildung unserer Gesellschaft. Bisher war es aber schwer, sich einen Überblick über die vielfältigen Angebote zu verschaffen und sich Ideen und Anregungen von anderen Museen zu holen. Fachliteratur sowie Tagungen – deren Besuch bei weitem nicht jedem im Vermittlungsbereich Tätigen möglich ist – stellten bisher die vornehmliche Möglichkeit dar, sich über Angebote anderer Museen zu informieren. Und das Durchklicken durch die Internetseiten der Museen ist mühsam und kostet viel Zeit. Oft greift man dabei auf Seiten von Museen zurück, die einem bereits für ihre Programme bekannt sind. Einen einfachen, schnellen und zentralen Zugang zu Informationen über die Vermittlungsangebote der Museen aus der ganzen Bundesrepublik zu schaffen, war und ist darum eines der wichtigsten Ziele des Projekts „KulturGut vermitteln – Museum bildet!“ das der Deutsche Museumsbund seit Beginn des letzten Jahres in Kooperation mit dem Bundesverband Museumspädagogik, dem Institut für Museumsforschung sowie mit fachlicher Beratung von „Kinder zum Olymp!“, der Bildungsinitiative der Kulturstiftung der Länder und der Kunsthalle Emden durchführt.

Eine bundesweite Erhebung

Das vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien und der Deutsche Bank Stiftung geförderte Projekt startete im April 2010 mit einer bundesweiten Erhebung: Alle Museen in Deutschland waren eingeladen, ausgestattet mit eigenem Benutzernamen und Passwort, einen auf www.museumbildet.de bereitgestellten Online-Fragebogen zu beantworten. Der Fragebogen umfasste zwei Teile:

Teil 1: Eingabe von Vermittlungsangeboten

Zunächst beschrieben die Museen anhand eines Fragenkatalogs einzelne Vermittlungsangebote. Die Projekte und Angebote sollten vor nicht mehr als zwei Jahren abgeschlossen sein und sich entweder an Kinder, Jugendliche oder Senioren richten oder die kulturelle Vielfalt unserer Gesellschaft besonders berücksichtigen. Eine solche bundesweite Sammlung von Beschreibungen von Vermittlungsangeboten speziell für den Museumsbereich ist bisher einzigartig. Gleichwohl gibt es im Internet bereits regionale Datenbanken für die museale Vermittlung¹ und spartenübergreifende mit einem speziellen Fokus, wie zum Beispiel die Datenbank von „Kinder zum Olymp“² mit innovativen Praxisbeispielen guter Kooperationsprojekte zwischen Schule

und Kultur, die unserem Projekt als Vorbild dienten und mit denen langfristig eine gute Verknüpfung angestrebt wird.



KulturGut vermitteln – Museum bildet!

Teil 2: Statistische Erhebung zu Rahmenbedingungen der Vermittlungsarbeit

Im zweiten Teil beantworteten die Museen umfassende Fragen zu zentralen Aspekten der Vermittlungsarbeit in ihrem Haus, so zu den räumlichen, personellen und finanziellen Rahmenbedingungen, zu der Zusammenarbeit der Vermittlung mit anderen Museumsabteilungen und mit externen Partnern sowie zum Angebotsspektrum. Diese Erhebung baut auf die Fragen zur Museumspädagogik auf, die das Institut für Museumsforschung im Rahmen seiner statistischen Gesamterhebung im Jahr 2007 (Veröffentlichung 2008) an die Museen stellte, um eine Vergleichbarkeit zu schaffen. „KulturGut vermitteln – Museum bildet!“ bot jedoch die Möglichkeit, sehr umfassende und detaillierte Daten zu erfassen. Eine solch umfangreiche Erhebung stellte sowohl das Projektbüro als auch die teilnehmenden Museen vor verschiedenste Herausforderungen: Wir betraten Neuland mit der Durchführung einer Online-Erhebung, standen vor so manchem technischen Rätsel, das gelöst werden musste und der Fragebogen konnte der Heterogenität der deutschen Museumslandschaft mit sehr kleinen sowie sehr großen, ganz unterschiedlich organisierten Einrichtungen nicht immer gerecht werden. Die teilnehmenden Museen ließen sich jedoch weder von technischen, strukturellen noch zeitlichen Erschwernissen, die das Ausfüllen des Fragebogens zum Teil mit sich gebracht hat, von einer Teilnahme abhalten. Gemeinsam mit den Projektmitarbeitern beim Deutschen Museumsbund räumten sie in zahlreichen Telefonaten und E-Mail-Korrespondenzen die meisten Steine aus dem Weg. Mit der Unterstützung der Deutsche Bank Stiftung konnte außerdem noch ein besonderer Anreiz zur Beteiligung geschaffen werden: Unter den teilnehmenden Museen wurden Geldpreise im Gesamtwert von 10.000 Euro für die Vermittlungsarbeit verlost.

Repräsentative Ergebnisse

Von April bis August 2010 haben sich über 1000 Museen in unterschiedlicher Weise an der Erhebung beteiligt. Zu diesem Zeitpunkt lagen uns über 900 Beschreibungen von Vermittlungsangeboten vor, fast 800 Museen haben den statistisch auszuwertenden Teil des Fragebogens beantwortet. Dabei handelt es sich um kleine und große Museen, die sich – abgesehen von wenigen Ausreißern – entsprechend der Gesamtzahl der Museen auf die Museumssparten und die Bundesländer verteilen, so dass sich insgesamt ein repräsentativer Schnitt durch die Museumslandschaft ergibt.

Neustart von www.museumbildet.de

Seit dem 14. Dezember 2010 werden die Ergebnisse auf der neugestalteten Internetseite www.museumbildet.de

präsentiert und sind so jedem zugänglich. Im Zentrum der Website stehen zwei Rubriken:

Suchen & Finden

Unter „Suchen & Finden“ lädt eine Datenbank mit über 900 Beschreibungen von Bildungs- und Vermittlungsangeboten von Museen bundesweit alle Interessierten zum Stöbern ein. Gelistet sind und werden dort die unterschiedlichsten Angebote und Projekte: von Führungen, Workshops und Kursen über Museumskoffer und Audioguides bis zu weniger bekannten Vermittlungsformen und langfristigen Kooperationsprojekten. Der Nutzer kann entweder die vorgegebenen Suchkriterien (bisher Bundesland, Stadt, Zielgruppe, Museumssparte) oder die Volltextsuche nutzen, um genau die Angebote und Projekte zu finden, die er sucht. Eine Besonderheit: Per Mausklick kann man sich die Einträge anzeigen lassen, die nach Auskunft der Museen gezielt Menschen unterschiedlicher Kulturen und Gruppen Anknüpfungspunkte bieten, d.h. in ihrer Konzeption und Durchführung besonders die kulturelle Vielfalt unserer Gesellschaft berücksichtigen. Ziel ist, die Datenbank zu einem lebendigen Forum aufzubauen und so sind alle Museen und Ausstellungshäuser in Deutschland langfristig und jederzeit eingeladen, ihre Angebote und Projekte in die Datenbank einzutragen.

Zahlen & Fakten

Der zweite wichtige Bestandteil der Website ist die Rubrik „Zahlen & Fakten“. Hier werden derzeit die ersten statistischen Ergebnisse zur gegenwärtigen Situation der Vermittlungsarbeit in deutschen Museen präsentiert. So kann man hier z.B. bereits erfahren, dass nach einer ersten Auswertung 66,1% der teilnehmenden Museen angegeben haben, dass der Vermittlungsarbeit in ihrem Haus eine große Bedeutung zugemessen wird, 87,9% im Bereich Vermittlung mit anderen Einrichtungen kooperieren und 60,2% eigene Räume für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit haben. Unter der Federführung des Instituts für Museumsforschung werden auch die restlichen Daten ausgewertet und nach und nach online gestellt.

Es gibt bereits Pläne und viele Ideen zur Erweiterung von www.museumbildet.de, die sich im Laufe der Entwicklung der Internetseite entwickelt haben, wie etwa praktische Tipps zum Planen und Durchführen von Vermittlungsangeboten und -projekten sowie eine Online-Börse, um schnell und unkompliziert Partner, wie z.B. Kindergärten, Schulen, Seniorenheime für Kooperationsprojekte zu finden. Inwiefern diese Vorhaben, die die Zukunft im Blick haben, umgesetzt werden können, entscheidet sich nicht zuletzt durch die weitere Mittelakquise. Da die Förderung des Projektes im Frühjahr 2011 ausläuft, wird auch kein Personal mehr zur Verfügung stehen.

Ein Beitrag zur Qualitätssicherung?

Was hat das Projekt „KulturGut vermitteln – Museum bildet!“ nun mit dem Thema dieses Heftes zu tun? Die Datenbank und die statistische Auswertung haben deskriptiven Charakter: Sie sagen zunächst einmal nichts über die Qualität der Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Angebote und Projekte aus. Dennoch haben sie das Potenzial, zur Sicherung und Steigerung der Qualität in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit beizutragen, insbesondere in den folgenden zwei Hinsichten:

Mehr Austausch – Die Datenbank richtet sich primär an die in der Museumsarbeit Tätigen: festangestellte und freie Vermittler, aber auch Museumsleitungen, Kuratoren und andere Museumsmitarbeiter, die die Vermittlungsarbeit konzipieren, planen und durchführen. Die Datenbank soll zu einem lebhaften Austausch zwischen verschiedenen Museen beitragen, bietet sie doch eine einfache Möglichkeit, einerseits die eigene Arbeit zu präsentieren und sich andererseits über die Angebote und Projekte anderer Häuser zu informieren. Auch ist die Kontaktaufnahme mit den zuständigen Mitarbeitern der Museen leicht gemacht, denn jeder Eintrag in der Datenbank ist mit der Homepage des jeweiligen Museums verlinkt. Ein stärkerer Austausch zwischen den Museen kann in verschiedener Hinsicht zur Sicherung und Steigerung der Qualität der Vermittlungsarbeit beitragen. So können die Ideen anderer Häuser als Inspiration für die eigene Arbeit dienen, sie vielseitiger und spannender zu gestalten, als wenn jeder Vermittler nur auf seine eigenen Kenntnisse und Einfälle angewiesen ist. Man wird auf Aspekte gestoßen, die man bisher nicht beachtet hat, lernt Methoden kennen, die einem nicht vertraut waren und kann diese – sofern das sinnvoll erscheint – in das eigene Konzept einbauen. Außerdem bietet die Datenbank die Möglichkeit, die eigenen Angebote und Projekte mit denen anderer Museen zu vergleichen und zu hinterfragen, ob sie qualitativ dem Vergleich standhalten, um sich gegebenenfalls Aufgaben und Ziele für die Zukunft zu stellen. Gerade viele kleine Museen haben uns bei Telefonaten im Rahmen der Online-Erhebung berichtet, dass ihnen die finanziellen Mittel, die Zeit und teilweise auch das Know-how fehlen, um regelmäßig an Tagungen teilzunehmen oder sich ausreichend mit der Fachliteratur auseinanderzusetzen. Gleichwohl haben sie ein großes Interesse informiert zu sein, gute Vermittlungsarbeit zu leisten und von anderen Museen und der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Als kostenloses, jederzeit nutzbares Angebot bietet ihnen die Datenbank die Möglichkeit dazu.

Von Nichts kommt Nichts – Gute Bildungs- und Vermittlungsarbeit braucht bestimmte finanzielle und fachliche Voraussetzungen. Darüber darf auch die Tatsache,

dass einige Museen unter schwierigsten Bedingungen ein beeindruckendes Angebot ermöglichen, nicht hinwegtäuschen. Sollen die Museen durch ein verlässliches und flächendeckendes Angebot zur Bildung unserer Gesellschaft beitragen, so muss dieses auf sichere Grundlage gestellt werden und darf nicht vom oft unverhältnismäßigen Engagement einzelner abhängen. Es gehört zu den Aufgaben der Fachverbände wie des Deutschen Museumsbundes und des Bundesverbandes Museumpädagogik sowie der regionalen Verbände, sich dafür einzusetzen, dass die Erfüllung dieser Voraussetzungen gewährleistet ist, sei es durch das Anstoßen von Diskussionen auf Tagungen, in Fachzeitschriften, durch entsprechende Projekte und Programme oder durch gezielte Ansprache der verantwortlichen politischen Gremien. Damit sie dieser Aufgabe gerecht werden können, müssen wir Verbände jedoch einen fundierten Überblick über die gegenwärtige Situation haben: Was gelingt bereits gut? Wo besteht Handlungsbedarf? Wo wird finanzielle oder fachliche Unterstützung benötigt? Welche Ziele stellen sich für die Zukunft? Die im Rahmen der Online-Befragung erhobenen Daten liefern uns die Grundlage für diesen Überblick, für fundierte Diskussionen innerhalb der Museumslandschaft und für kulturpolitische Argumentationen.

Bildung und Vermittlung ist eine der tragenden Säulen der Museumsarbeit, sie ist gesellschaftlicher Auftrag und stellt die Museen gerade in Zeiten des demografischen Wandels immer wieder vor neue Herausforderungen. Diesen zu begegnen, die Vermittlungsarbeit qualitativ weiterzuentwickeln und in der Fläche zu verankern sind Aufgaben, denen sich die Museen und ihre Fachverbände im Schulterschluss annehmen sollten. www.museumbildet.de ist ein Beitrag dazu.

Sarah Metzler, Vera Neukirchen
Deutscher Museumsbund
In der Halde 1
14195 Berlin
office@museumsbund.de

¹ Beispiele sind www.abenteuer-museum.rlp.de aus Rheinland-Pfalz, www.komm-museum.de aus Bremen/Niedersachsen, www.sachsens-museen-entdecken.de sowie www.datenbankkulturellebildung.de der Kulturprojekte Berlin.

² Siehe www.kinderzumolymp.de.

Was denken eigentlich unsere Besucher?

Mit Evaluation Qualität entwickeln

Patricia Munro / Eva Siekierski / Monika Weyer

Bei Evaluation denken viele zuerst an Erfolgskontrolle. Aber sie kann – als Instrument zur Qualitätsentwicklung – viel mehr leisten: Evaluation hilft, die gewünschte Qualität zu erzielen.

Qualität einer Ausstellung

Doch was ist eigentlich mit Qualität gemeint? Was macht gute, herausragende Leistungen in Museen, in Ausstellungen und bei pädagogischen Aktionen aus? Dreh- und Angelpunkt sind fraglos die Besucher, für sie macht ein Museum schließlich seine Angebote, sie sollen damit zufrieden, oder besser, sie sollen begeistert sein. Das heißt: Die Qualität einer Ausstellung bemisst sich an ihrer Wirkung auf die Besucher.

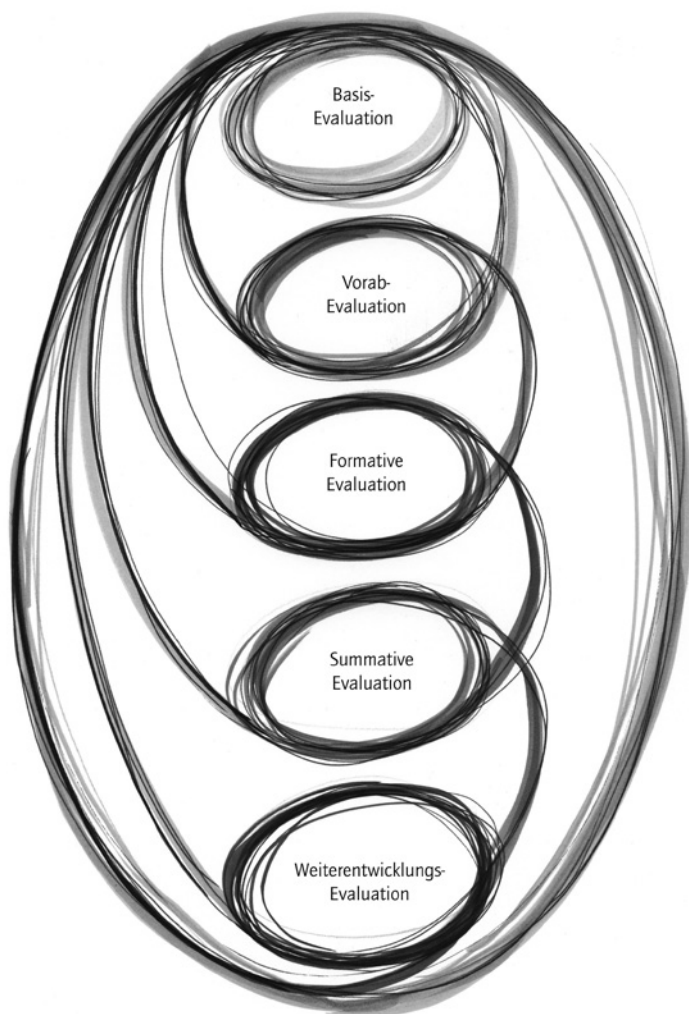
Die Evaluationsforschung bietet drei Kriterien, mit denen sich die Qualität einer Ausstellung beschreiben lässt: die Anziehungskraft, die Haltekraft und die Vermittlungskraft. Die Anziehungskraft bezeichnet die Fähigkeit einer Ausstellung, das Interesse der Besucher zu wecken. Die Haltekraft gibt an, inwieweit eine Ausstellungseinheit den Besucher so fesselt, dass er stehen bleibt und sich mit den Inhalten befasst. Die Vermittlungskraft ist das Potenzial einer Ausstellung, dem Besucher ihre Botschaft effektiv zu vermitteln. Hohe Anziehungskraft, Halte- und Vermittlungskraft sind sicherlich Kennzeichen einer guten Ausstellung. Und doch ist eine solche Charakterisierung zu formal, um einer herausragenden Ausstellung gerecht zu werden.

Vielleicht halten Sie jetzt kurz beim Lesen inne und fragen sich einmal selbst, was für Sie Qualität bedeutet. Worauf kommt es bei einer gelungenen Ausstellung oder einem wirklich guten pädagogischen Programm an? Eine Ausstellung ist gelungen, wenn... – ja, was zeichnet eine gelungene Ausstellung eigentlich aus?

Voraussetzung dafür, dass ein Besucher einen Ausstellungsbesuch als etwas Besonderes, Herausragendes erlebt, ist zunächst einmal, dass er sich im Museum uneingeschränkt wohlfühlt. Eine einladende Atmosphäre sowie Mitarbeiter, die ihm bei Bedarf freundlich und kompetent Auskunft geben, tragen dazu bei. Dann die Ausstellung selbst: Ihre Inhalte sind bedeutsam, am besten haben sie etwas mit dem Besucher, mit seinem Leben zu tun. Die Ausstellung ist verständlich, sie ist intellektuell anregend, abwechslungsreich und aktivierend, und sie ist ästhetisch ansprechend gestaltet. Ihre Botschaften kommen an. Der Besucher kann sich darin verlieren. Er empfindet den Besuch als eine Bereicherung. Kurz: Eine Ausstellung ist gelungen, wenn sie beim Besucher ankommt, ihn begeistert und bleibende Eindrücke hinterlässt.

Qualitätsentwicklung und Evaluation

Wie aber kommt man zu einer Ausstellung mit diesen Qualitäten? Die Antwort lautet: Indem man bei der Planung einer Ausstellung stets die Besucher im Blick hat und die Kompetenz der Zielgruppe systematisch einbezieht.



Dazu ist es immer gut, wenn ein Museumspädagoge von Anfang an im Team mitarbeitet. Schließlich sind Museumspädagogen diejenigen, die Tag für Tag intensiven Kontakt mit den Besuchern haben. Wie kein anderer im Team – sei es der Kurator, der Gestalter oder der Projektmanager – kann der Museumspädagoge die Belange der Besucher vertreten. Und darauf kommt es bei der Konzeption einer besucherorientierten Ausstellung an. Auch darauf, wie das Thema den Besuchern nahegebracht wird, für welche Zielgruppe, mit welchen Medien, und welche Rolle Kopf, Herz und/oder Hand zukommen soll. Erst wenn die Auswahl von Inhalten und Objekten, wenn die Art und Weise der Präsentation immer auch durch die Orientierung am Besucher geleitet wird, wird es gelingen, das Publikum zu packen und die zentralen Botschaften zu vermitteln. Doch trotz aller Kompetenz wird das Team feststellen, dass ihm bestimmte Informationen über die Besucher fehlen oder dass die Annahmen über sie spekulativ werden, zum Beispiel wenn zu entscheiden ist, welche Fachbegriffe als bekannt vorausgesetzt werden können oder ob die Bedienung einer Experimentierstation eindeutig ist. Dies sind Situati-

onen, in denen sich eine Evaluation empfiehlt. Qualitätsentwicklung mithilfe von Evaluation bedeutet, bei einem Ausstellungsprojekt von Anfang an, während des gesamten Planungs- und Entwicklungsprozesses bis zur Eröffnung und auch im laufenden Betrieb konsequent den Blickwinkel der Besucher einzunehmen. Deren Interessen und Bedürfnisse sind zu berücksichtigen und dafür ist bei Bedarf eine Evaluation in Erwägung zu ziehen – und nicht erst nach der Fertigstellung der Ausstellung, sondern frühzeitig: je eher, desto lohnender ist dies für den Erfolg der Ausstellung.

Für die verschiedenen Projektphasen stehen spezielle Evaluationsformen zur Verfügung:

- Zu Beginn, in der Definitionsphase, setzt man die Basis-Evaluation ein, mit der Zweck, Ziele, Zielgruppen und Botschaften der Ausstellung definiert werden. Außerdem ist dies der Zeitpunkt, um Basisdaten wie Besucherstruktur oder Bekanntheitsgrad der Einrichtung zu erheben.
- In der Konzeptionsphase kommt die Vorab-Evaluation zum Zug. Sie liefert planungsrelevante Informationen über die Zielgruppe und ihre Bezüge zum Ausstellungsthema.
- In der Realisationsphase werden einzelne Elemente mittels formativer Evaluation getestet und anschließend optimiert.
- Nach der Eröffnung der Ausstellung ist der Zeitpunkt für eine summative Evaluation. Sie dient zur Erfolgskontrolle und Rechenschaftslegung und liefert Hinweise, wie die Ausstellung optimiert werden kann.
- Für den laufenden Betrieb gibt es die Weiterentwicklungs-Evaluation. Sie eröffnet der Einrichtung u.a. eine Reflexion über ihre Potenziale und über künftige Schwerpunktsetzungen.

Nachfolgend wird der Einsatz dieser fünf Evaluationsformen näher erläutert. Sie sind, der Abfolge der Projektphasen entsprechend, im „Modell zur prozessbegleitenden Evaluation von Ausstellungen“ zu einer Spirale verknüpft.

Die Evaluationsformen im Planungsprozess

Definitionsphase: Basis-Evaluation

Zu Beginn eines Projektes entscheidet das Team, was es seinen Besuchern in der Ausstellung vermitteln will. Dafür ist die Basis-Evaluation vorgesehen. Damit werden in Workshops Zweck, Zielgruppe, Ziele und Botschaften festgelegt. Diese Definitionen ermöglichen dem Team, auch angesichts der vielen Einzelaufgaben niemals Ziel und Besucher aus den Augen zu verlieren. Eine Basis-Evaluation kann das Team selbst durchführen, es kann aber auch sinnvoll sein, einen Evaluator oder Moderator einzubeziehen. Gerade dabei lohnt es sich, die Expertise des Museumspädagogen einzubinden.

Für die Qualitätsentwicklung spielt die Auseinandersetzung über Zielgruppe, Zweck, Ziele und Botschaften eine entscheidende Rolle. Denn durch die Festlegung, was man mit seinem Vorhaben erreichen möchte, stellt man die Weichen für alle künftigen Schritte. Für viele wird es selbstverständlich sein, Zweck, Ziele und Zielgruppen, evtl. auch Botschaften zu einer Ausstellung zu definieren. Dabei kommt es darauf an, sie so zu wählen, dass sie ihren Zweck erfüllen, die Projektplanung zu leiten. Zum Beispiel sollten Botschaften – d.h. die Kernaussagen, die in den verschiedenen Bereichen der Ausstellung vermittelt werden sollen – knapp und einfach, am besten in Alltagssprache formuliert sein. Zum Beispiel könnte bei einer Ausstellung über den Klimawandel eine Botschaft lauten: „Der Klimawandel hat begonnen, erste Folgen werden sichtbar“. Das Team würde sich dann auf Beispiele konzentrieren, die die Folgen des Klimawandels veranschaulichen, anstatt etwa den Klimawandel infrage zu stellen.

Konzeptionsphase: Vorab-Evaluation

Bei der Konzeption kommt es darauf an, das Thema für die Zielgruppe interessant und verständlich aufzubereiten. Dazu muss das Team seine Besucher kennen: Was interessiert sie besonders an einem Thema? Was wissen sie bereits darüber? Wo gibt es Berührungspunkte zu ihrem Alltag? Zunächst wird das Team bilanzieren, welche Fragen es selbst beantworten kann. Möglicherweise braucht es für eine solide Planung aber auch weitere Informationen über die Besucher. In diesem Fall ist eine Vorab-Evaluation angezeigt, sei es in Eigenregie oder extern, in der Regel durch eine direkte Befragung der Zielgruppe. Ein anderer Weg ist, Gruppengespräche mit Fachleuten oder mit Vertretern der Zielgruppe durchzuführen. So manches Mal erhält das Team bei der Ergebnisauswertung nicht nur die gewünschten Informationen, sondern wird ungeplant auf neue Ideen gebracht. Wie im Beispiel einer Ausstellung über ökologische Wohnumfeldgestaltung, bei der die Befragung von Kindern und Jugendlichen dazu führte, das Thema weiter zu fassen und vielmehr das Spannungsfeld „Mensch – Natur – Technik“ in den Mittelpunkt zu stellen.

Realisationsphase: formative Evaluation

In der Realisationsphase, wenn die Ausstellungselemente im Detail geplant und schließlich gefertigt werden, treten neue Fragen auf: Ist verständlich, wie das interaktive Element zu bedienen ist? Kommt die Botschaft rüber? Welche der angedachten Alternativen ist die bessere? Ist die Wegeführung schlüssig? Wie kommen die Besucher mit den Texten zurecht? Für solche Aufgaben nutzt das Ausstellungsteam die formative Evaluation. Bei einigen Fragen wie zum Raumkonzept bietet es sich an, einen externen Evaluator oder Ausstellungsexperten als Berater hinzuzuziehen. In den meisten Fällen wird

man jedoch die problematischen Module oder Bereiche testen. Dafür fertigt das Team eine vorläufige, einfache Version der Station, einen Entwurf oder ein Modell. Damit wird dann der Test durchgeführt: Besucher werden gebeten, sich mit der Station zu befassen, sie werden dabei beobachtet und anschließend gezielt dazu befragt. Nach Auswertung der Ergebnisse wird die Station überarbeitet und bei Bedarf nochmals getestet. Dieser Probedurchlauf eignet sich für interaktive Exponate und Spielstationen ebenso wie für Texte oder Rallyebögen. Oft kann das Team die formative Evaluation selbst durchführen.

Nach Ausstellungseröffnung: summative Evaluation

Oft wird – besonders bei geförderten Projekten – zum Projektabschluss als Erfolgskontrolle eine Evaluation verlangt. Doch nicht nur für Geldgeber ist es interessant zu erfahren, ob das Ergebnis zufriedenstellend ist. Auch das Team möchte wissen, wie die Ausstellung den Besuchern gefällt und was bei ihnen ankommt. Das herauszufinden, ist Aufgabe der summativen Evaluation. Das Team profitiert dabei häufig auch durch Hinweise, welche Korrekturen vorgenommen werden können, um die Ausstellung zu optimieren und den Service für Besucher zu verbessern. Für die nötige Distanz, aber auch aus Gründen der Glaubwürdigkeit muss eine summative Evaluation von externen Experten durchgeführt werden. Zum Einsatz kommen Befragungen oder Interviews mit Besuchern, manchmal ergänzt durch Beobachtungen. Da hier relativ viele Besucher befragt werden müssen, ist die Untersuchung vergleichsweise aufwendig.

Doch selbst wenn das Budget keine umfangreiche Besuchererhebung zulässt, lohnt sich eine Reflexion über eine neue Ausstellung. Wie das ablaufen kann, zeigen zwei Beispiele:

1. kritische Begehung einer Ausstellung: Dazu lädt man Museumspädagogen aus anderen Museen – oder allgemeiner Experten für Ausstellungsdidaktik und -gestaltung – ein, anhand eines Fragenkatalogs die Ausstellung kritisch zu betrachten, und diskutiert hinterher gemeinsam die Ergebnisse. Sich der Kritik anderer zu stellen, mag nicht immer leichtfallen. Doch es lohnt sich. Übrigens auch für die externen Teilnehmer, die dabei die Erfahrung machen, wie sich pragmatisch und zugleich professionell Hinweise für die Qualitätsentwicklung einer Einrichtung gewinnen lassen. Eine Anregung, wie solche Beobachtungsbögen aussehen können, findet sich im Buch „Wegweiser Evaluation – von der Projektidee zum bleibenden Ausstellungserlebnis“.¹
2. Workshop von Museumsmitarbeitern über Stärken und Schwächen der Ausstellung: Darin analysieren die Teilnehmer zunächst die Stärken und Schwächen der Ausstellung und erstellen anschließend eine Pri-

oritätenliste über Maßnahmen zu ihrer Optimierung oder zur Verbesserung der Infrastruktur oder des Services.

Für die beiden vorstehenden Aufgaben, aber auch für andere Situationen, in denen man seine Ausstellungen oder generell seine Einrichtung verbessern möchte, steht die – von den Autorinnen eingeführte – Weiterentwicklungs-Evaluation.

Im laufenden Betrieb: Weiterentwicklungs-Evaluation

Wann immer Bedarf für Umgestaltungen oder neue Ideen entsteht, empfiehlt sich eine Weiterentwicklungs-Evaluation. Wenn große Veränderungen anstehen wie die Neuaufstellung einer bestehenden Einrichtung oder die Zusammenlegung zweier Museen, wird man Beteiligungsverfahren wie Zukunftswerkstatt oder „World Café“ einsetzen, um zahlreiche Beteiligte und/oder Experten einzubinden. Ein anderes Verfahren für eine Weiterentwicklungs-Evaluation ist der Workshop. Workshops eignen sich für Fragestellungen wie die Erhöhung der Besucherfreundlichkeit im Servicebereich oder die bereits genannte Stärken-Schwächen-Analyse. Zu den Aufgaben einer Weiterentwicklungs-Evaluation gehört darüber hinaus zu reflektieren, inwieweit das Bild, das die Besucher vom Museum gewonnen haben, tatsächlich mit dem Zweck und den Zielen der Einrichtung korrespondiert. Im besten Fall stimmt dies überein. Falls es hier jedoch Diskrepanzen gibt – z.B. wenn die Einrichtung das Ziel verfolgt, sich für den Klimaschutz einzusetzen, während Besuchern die energieaufwendigen Installationen auffallen –, sollte sich die Einrichtung Gedanken darüber machen, wie sie ihre Ziele konsequenter umsetzen kann – oder aber, ob sie ihre Ziele modifizieren möchte. In jedem Fall sollte sie ihre Erkenntnisse für künftige Projekte nutzen – für Ausstellungen, deren Qualität die Besucher überzeugt.

Fazit

Evaluation bietet ein Instrumentarium zur Qualitätsentwicklung, mit dem sich Ausstellungen optimieren lassen, sie unterstützt die Planung von Projekten und die Weiterentwicklung der Einrichtung. Evaluation verhilft zu besseren Ausstellungen und zu zufriedeneren Besuchern. Und auch Mitarbeiter engagieren sich lieber in einem Museum, in dem die Besucher zufrieden sind und auf das sie nicht zuletzt deshalb stolz sein können. Investierte Zeit und Kosten lohnen sich – wenn man die Ergebnisse entsprechend auswertet und die Erkenntnisse umsetzt. Wer einmal die Erfahrung gemacht hat, wie Evaluation hilft, Besucher und ihre Belange einzubeziehen, wird nicht mehr darauf verzichten wollen. Für eine Einrichtung, die ihre Unternehmenskultur auf

ihre Besucher ausrichtet, ist Evaluation heute selbstverständlich.

Und welche Fragen haben Sie an Ihre Besucher?

Patricia Munro, zephyrus – Menschen und Ideen im Dialog
Danklstraße 30
81371 München
munro@zephyrus.net

Eva Siekierski, Ausstellungsberatung & Evaluation
Landsberger Straße 1
21382 Brietlingen
es@ausstellungsberatung.com

Monika Weyer, Ausstellungsmacherin
Werse 18
48157 Münster
Monika.Weyer@ausstellungsmacherin.de

¹ Munro, Patricia/Siekierski, Eva/Weyer, Monika: Wegweiser Evaluation – von der Projektidee zum bleibenden Ausstellungsergebnis; Pyhel, Thomas (Hg.), München 2009

Schöne Aussicht: Zwischen allen Stühlen

Anmerkungen zu Qualitäten der Aus- und
Fortbildung in der Museumspädagogik

Andreas Grünewald Steiger

I. Wie sieht der Qualifikationshintergrund der Museumspädagogen aus?

Die Frage der Ausbildung für die Museumspädagogik ist eher unterdurchschnittlich populär. Dies hier war die Ausnahme: „Hamburg (ots) – Anke Engelke träumt davon, Kunstgeschichte zu studieren, als Museumspädagogin zu arbeiten und Kinder für Kunst zu begeistern. Vor einigen Jahren bekam sie bereits die Chance, Führungen in der Kunsthalle Bonn zu machen, für Leute, die selten ins Museum gehen: Teenager. Früher wollte Anke Engelke Lehrerin werden: „*Nach dem Abi habe ich sofort mit dem Lehramtsstudium begonnen, weil ich so heiß war auf das Uni-Leben*“ sagte sie der ZEIT. Sie studierte Anglistik und Romanistik, später mit dem Schwerpunkt Pädagogik.¹

So feuilletonistisch-unscharf sich dieser Ausschnitt aus dem ZEIT-Beitrag darstellt, illustriert er doch den Hintergrund der Qualifikationen für die Museumspädagogik recht genau: Er besteht aus dem klassischen Grundstudium mit einer entsprechenden Bezugswissenschaft zum Museum, im Idealfall angereichert durch Pädagogik, jeweils ergänzt durch Spezifizierungen in gesonderten Fachrichtungen und – aufbauend darauf, berufsbegleitenden Professionalisierungen in Form von Fortbildungen. Dieses Konglomerat ist eine natürliche Konsequenz aus der Nicht-Existenz eines eigenständigen Studienganges „Museumspädagogik“. Zwar wurde seit Beginn der 1980er Jahre immer wieder in den Fachkreisen darüber diskutiert und nachgedacht, ob und in welchem Format eine solche Ausbildung konzipiert sein müsste, auch rückte an Fachhochschulen und Universitäten die Museumspädagogik immer mehr als Themenschwerpunkt in den Kanon übergeordneter Fakultäten² – nach wie vor aber ist derjenige, der „Museumspädagogik“ studieren will, auf die eigene Mischung von Zutaten angewiesen, um sich in diesem Bereich eine adäquate Basis zu schaffen.

Kein eindeutiges Bild, zumindest aber eine Tendenz über die Hintergründe der jeweiligen Qualifizierung zeigen die Ergebnisse einer Evaluation, die die Bundesakademie Wolfenbüttel 2009 mit Teilnehmenden der Seminare in allen Programmbereichen durchgeführt hat.³ Befragte im Programmbereich Museum gaben folgende Auskünfte über ihre Aufgaben und Arbeitsfelder im Museum bzw. in musealen Zusammenhängen: 72% haben ihren Arbeitsschwerpunkt im Bereich Kulturvermittlung, 27% erfüllen Aufgaben in Organisation und Museumsmanagement, 10% beschäftigen sich mit Kulturproduktion und 8% arbeiten an Universitäten in kulturwissenschaftlichen Zusammenhängen. Fragt man, mit welchem Ziel die Teilnehmenden Fortbildungen besuchen, können Korrelationen hergestellt werden zwischen dem Arbeitshintergrund und möglichen wahrgenommenen Bedarfen: 71% hilft die Fortbildung, sich im Beruf weiterzuentwickeln (mehr Verantwortung durch mehr Kompetenzen); 61% haben Nutzen für die Vermittlungspraxis (Didaktik und Methodik), 32% können pädagogi-

sche Kenntnisse erweitern (Theorie und Diskurs) und 18% vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich Kulturwissenschaften (Mehrfachnennungen waren hier möglich).

Die Felder, in denen die Befragten tätig sind sowie ihre Erwartungshaltungen können durchaus als Indikatoren für ihre jeweiligen Kompetenzen gesehen werden, denn der Erfahrung nach nutzen Teilnehmer Fortbildungen zu dem Zweck, Fähigkeiten nicht erst grundsätzlich zu erwerben, sondern ihr Instrumentarium auf dem Fundament einer vorhandenen Profession zu erweitern und zu vertiefen.⁴ Aus dieser Sicht bestätigt sich der oben beschriebene Zustand – und er ist grundsätzlich kein schlechter. Zeigt doch die Erfahrung, dass auf diese Weise der überaus großen Fülle und Heterogenität der deutschen Museumslandschaft und ihren Bildungsressourcen entgegengekommen werden kann. Nur die Qualität muss stimmen – natürlich.

II. Was sind die Qualitäten der Aus- und Fortbildung?

Noch einmal einen Blick ins Feuilleton: „Zwischen allen Stühlen – Wie werde ich...? Museumspädagoge!“⁵ titelte 2006 die Rhein-Zeitung und versuchte eine Beschreibung der Berufspraxis. Folgende Schlagworte fielen dabei (in der Reihenfolge ihrer Nennung): Organisations- und Marketingaufgaben, Bildungsmodelle und Vermittlungsmethodik, Kommunikationskompetenzen, Zielgruppenerschließung, Besucherorientierung, Praxisbezug. Anfang des Jahrtausends hat eine solche Auflistung deutlich anders ausgesehen,⁶ jetzt – erst vier Jahre später, stehen wiederum neue Begriffe im Zentrum der Arbeit (Zugänglichkeit, Teilhabe und Partizipation, gesellschaftliche Mitverantwortung, Integration, WEB 2.0...) und in fünf Jahren wird sich der Schwerpunkt erneut geändert haben.

Mit dem schneller werdenden Fluxus als zusätzliche zeitliche Dimension sind es nicht nur zwei Stühle, sondern eine ganze Ansammlung von Sitz- und Stehmöglichkeiten, zwischen denen sich die Museumspädagogik bewegen muss. Beweglichkeit ist hier aber per se positiv und fragt man nach den Qualitätsmerkmalen der Aus- und Weiterbildung, dann kennzeichnen sich genau diese durch die Reaktionsfähigkeit beider beteiligter Seiten: Derjenigen, die sich selbst weiterbilden und derjenigen, die Andere qualifizieren.

Für die Praxis der Konzeption von Aus- und Fortbildungen bedeutet dies, dass thematische Angebote – egal ob von Seiten der Universitäten oder Fortbildungsanbieter, nicht nur die Bedürfnisse der Museumspädagogen, sondern auch die Bedarfe der Museumspädagogik trifft. Den Unterschied macht dabei die Formel: Eine gute Qualifizierung fragt kritisch, reizt zum Widerstand

(gegen Affirmatives, gegen zu simple Lösungen, gegen die Magie der großen Besucherzahl als Erfolgskriterium) und provoziert in bestimmten Positionen ein konstruktives Querdenken mit dem Ziel, Qualitäten zu wahren. Methodisch bedeutet dies, zwischen Anmutung und Zumutung zu pendeln – also zwischen der maßvollen pädagogischen Begleitung und Leitung, der anspruchsvollen offensiven Herausforderung und der Weitergabe von Eigenverantwortlichkeit an die Teilnehmenden solcher Prozesse. Nicht einfach, aber für alle Beteiligte voller Bewegung im Denken.

Ob Hochschulcurriculum oder Fortbildungskonzept: Konzeptentwickler und Prozessbeteiligte, sie alle tragen Verantwortung an der Weiterentwicklung der Museumspädagogik. Museumspädagogik bleibt beweglich und damit relevant, wenn sie als Themen und Inhalte gesellschaftliche, politische und soziale Dimensionen offensiv aufgreift oder Verbindungen dazu herstellt, wenn in diesen Zusammenhängen erkennbar Stellung genommen wird und sich Haltungen deutlich machen, die zum Ziel haben, das Museum letztlich wieder zu einer gesellschaftlichen Instanz werden lassen. Dazu braucht es mehr als instrumentalisiertes Können oder organisatorisches Know-how. Es braucht inhaltliche und methodische Kompetenz, Analyse- und Konzeptfähigkeit, Argumentationssicherheit, ebenso soziale Kompetenzen und kommunikative Fähigkeiten, auch Gewissheit über die Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns – und letztlich auch den Mut zum konsequenten Handeln. Museumspädagogik ist ein Komposit, dessen Belastbarkeit nur so hoch ist, wie die einzelnen Bestandteile und deren Zusammenfügung in der jeweiligen Persönlichkeit des Museumspädagogen. Die Qualität der Fort- und Ausbildung zeigt sich in der Auswahl und Abstimmung dieser Bestandteile, ihre Relevanz in ihrer Praxiswirksamkeit und Entwicklungsfähigkeit.

III. Wer nutzt wie Aus- und Weiterbildungsangebote?

Die letzte umfassende Erhebung zur Situation der Museumspädagogik an deutschen Museen wurde vom Institut für Museumsforschung unter dem Titel „Fragen zur Museumspädagogik“ im Jahr 1998 durchgeführt. An ihr beteiligten sich 3.854 Museen. 2001 wurde diese Evaluation um eine Befragung zu museumspädagogisch tätigen Personal ergänzt⁷. Generell dürften im Vergleich zu der heutigen Situation keine signifikanten Veränderungen erfolgt sein, so dass sich diese Ergebnisse als relativ haltbare Grundlage nutzen lassen⁸.

Die Fakten⁹: 25% der museumspädagogisch Tätigen rekrutieren sich aus dem Bereich „Freiwillige“. Die Nennung „Sonstige“ betraf 16%, gefolgt von „Honorarkräfte“ mit ebenfalls 16% und 13% „Nebenamtliche“.

12% sind hauptamtlich angestellte Museumspädagogen, 8% werden aus Mitteln der Arbeitsämter finanziert, 3% sind in zentralen Diensten organisiert (alle anderen ohne weitere Angaben). Die Benennung „Freiwillige“ und „Sonstige“ bezeichnet schon in sich einen unspezifischen Hintergrund, der sich sehr wahrscheinlich aus ehrenamtlich und bürgerschaftlich engagierten Mitgliedern, gebunden etwa in Vereinen oder Freundeskreisen, zusammensetzt. Zieht man diese Gruppen zusammen, bilden sie den größten Anteil derjenigen, die in deutschen Museen museumspädagogische Aktivitäten realisieren. In der Fortbildung gehört diese Einheit (nach der letzten Erhebung der Bundesakademie 2009) mit 5% allerdings zu dem kleinsten Teil aller Personenkreise.

Entgegengesetzt dazu steht die Qualifizierung der fest oder befristet im Museum angestellten Mitarbeiter. Ihr Anteil betrug 69% aller Seminarteilnehmenden, gefolgt von 23% freiberuflich bzw. selbständigen Kollegen. Eine klassisch reziproke Relation, die die Aussage nahelegt, dass Professionalität immer die progressive Tendenz hat, sich permanent zu reflektieren und zu verbessern. Diese Situation findet Verstärkung, da zunehmend Arbeitgeber die Qualifizierungsbemühungen ihrer Mitarbeiter als sinnvolle Investition in die Vermittlungsqualität ihres Hauses verstehen, denn in den letzten Jahren werden mit deutlich steigender Tendenz – aktuell bei 61% aller Teilnehmenden, die Kosten einer Fortbildung übernommen bzw. Teilkostenübernahmen angewandt.

Die Zahl der Personengruppen, die an der Konzeption und Durchführung von Bildungsformaten verantwortlich beteiligt sind, deckt sich mit dem Anstellungsverhältnis: 68% sind pädagogische Fachkräfte bzw. Museumspädagogen, 54% entsprechend ausgebildete Honorarkräfte und 13% externe Kulturpädagogen. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass die Leitung der Häuser mit immerhin 27% an der Entwicklung und Umsetzung der Bildungsformate beteiligt ist.¹⁰ Hier greift offenbar das Wort „Bildung als Chefsache“, das der Deutsche Museumsbund (DMB) 2009 zum Motto seiner Jahrestagung erklärt hat, in seinem wahren Sinne (wie sich dies in der Qualität der Projekte niederschlägt, bliebe noch zu untersuchen).

Trotz dieser insgesamt positiven Eindrücke zeigt sich, dass die Quantität der museumspädagogischen Vorgänge deutlich bei Personengruppen verortet ist, die anzunehmender Weise über einen eher semiprofessionellen Hintergrund verfügen, Fortbildungen mit museumspädagogischen Inhalten wenig wahrnehmen bzw. versuchen, sich autodidaktisch den museumspädagogischen Inhalten zu nähern. Es ist nicht unbedingt anzunehmen, dass diese Kategorie von museumspädagogischen Aktiven über größere Ressourcen verfügt und lang anhaltende Motivationen für entsprechende eigene

Qualifizierungen entwickelt. Die Aufgabe der Professionalisierung und der Einhaltung der museumspädagogischen Standards¹¹ liegt deshalb auch bei den entsprechend qualifizierten Museumspädagogen. Sie sind nicht nur in der Verantwortung, kulturelle Bildung für Museumsbesucher zu initiieren, sondern kommen zunehmend im Sinne der Qualitätssicherung in die Verantwortung, die Museumspädagogik – etwa in Form der kollegialen Förderung und Forderung – weiterzuentwickeln. Auch hier müssen und werden von Seiten der Aus- und Fortbildung stabilisierende und unterstützende Instrumente entwickelt und angeboten werden, die diese Multiplikatoren in die Lage versetzen, ihre Rolle als „*Trainer of Trainers*“ anzunehmen und angemessen umzusetzen.

IV. Wo in Europa?

Wie ist die Situation im Ausland? Kann man in Spanien, Tschechien, Norwegen oder sonst wo in Europa besser Museumspädagogik studieren als in Deutschland? Ein solcher Vergleich wäre zu einigen Aspekten möglich, aber nicht hilfreich. Die Ausbildung und/oder Qualifizierung zur Museumspädagogik/Animation Culturelle/Museum Education ist in den europäischen Ländern in aller Regel integrierter Bestandteil eines Grundstudiengangs oder eines postgradualen Aufbaustudienganges *Museums Studies*¹² und entspricht in ihrem Theorie-Praxis Verhältnis der jeweiligen Wertigkeit der kulturellen Bildung im Kanon der Kernaufgaben des Museums. So hat zum Beispiel in den skandinavischen Ländern diese Verbindung Priorität, da man sich dort auf eine lange Tradition mit positiver Erfahrung in der Verknüpfung zwischen Museum und Bildung – oder besser Volksbildung, stützt. Dazu gehören dann nicht nur die Verbindung zur Schule, sondern auch alle anderen Formen und Spielarten der Erwachsenenbildung, und das in allen gesellschaftlichen Bereichen. In England sind durch die enge Verknüpfung von Universitäten und Museen – hier zum Beispiel Wirkungsforschung und Bildungspraxis, andere Voraussetzungen geschaffen. Diese führen dazu, dass die Verbindlichkeiten zwischen Theorie, wissenschaftlichem Diskurs und der Praxis der Museen in ihrer Interaktion mit den sie umgebenden gesellschaftlichen Feldern und Realitäten in Teilen ein sehr hohes Niveau in der gegenseitigen Beeinflussung und Entwicklung erreichen. Als Beispiel sei hier etwa auf die Idee des *Engaging Museum* verwiesen¹³. Am Modell des Bildungskonzeptes der Tate Modern¹⁴ in London, zum Beispiel in Bezug auf die *Community Groups*¹⁵ lässt sich herauslesen, wie hier die Schnittstelle zwischen dem akademischen Instrumentarium Evaluation und Besucherforschung in gerader Linie und stringenter Konsequenz zur wissenschaftlichen Entwicklung von museumspädagogischen Curricula führt.

Solcherart Verfahren steigert ohne Frage die gesellschaftliche Wirkung und Funktion von Museum, Kunst und Kultur – und dient damit letztlich maßgeblich der Legitimation eigener institutioneller Existenz.

Dass diese Verbindungen, Rahmenbedingungen und Voraussetzungen unmittelbare qualitative Auswirkungen auf die Ausbildung und berufsbegleitende Qualifizierung haben, dürfte dabei außer Frage stehen. In Deutschland besteht in dieser Beziehung noch deutlich Entwicklungspotenzial. Allerdings nicht mehr im Bereich eines separaten und eigenständigen Studiengangs Museumspädagogik. An dieser Stelle scheint Anke Engelke dann doch noch und ganz ernsthaft Vorbildfunktion zu haben.

Dr. Andreas Grünewald Steiger
Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel
Im Schloss
38302 Wolfenbüttel
andreas.gruenewald@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

¹ Ein „ZEIT-Beitrag“ aus der ZEIT, Nr. 22 vom 20. Mai 2009.

² Eine zutreffende Beschreibung dieser Situation, exemplarisch am Beispiel Museumspädagogik an der Humboldt-Universität Berlin, liefert Michael Parmentier in dem Aufsatz: „Unsystematische Anmerkungen zur Ausbildungssituation der Museumsberufe“, Quelle Internet: <http://www.6032offm.de/orbis/wpcontent/uploads/2008/09/Anmerk.z.Ausbildungssituation%20oder%20Museumsberufe.pdf> [20.09.2010].

³ Die Evaluation 2009 mit den hier angeführten Ergebnissen ist, ebenso wie die Erhebungsdaten aus den Jahren 2003 und 2006, als Download über diese URL zu beziehen: <http://www.bundesakademie.de/publikationen.htm> [08.11.2010].

⁴ Dies betrifft m.E. nicht ehrenamtlich geführte Häuser, hier liegt der Stand einer relevanten Ausbildung des museumspädagogisch handelnden Personals um 5%. Eine exemplarische Quelle dafür ist die Museumsanalyse in den Landkreisen Celle und Soltau-Fallingb., herausgegeben von Salesch, Martin und Kapke, Stephan (Schriften des Museumsverbundes Landkreis Celle, Wietze 2009), die entsprechende Zahlen und Rahmenbedingungen nennt.

⁵ <http://rhein-zeitung.de/on/07/01/23/service/berufsbildung/wiewerdeich/t/rz029960.html> [11.12.2006, © RZ-Online GmbH (NewsDesk)].

⁶ Vgl. Standbein Spielbein, Nr. 61, 2001: Themenheft „Weiterbildung“.

⁷ Hagedorn-Saupe, Monika: Museumspädagogischer Berufsalltag – Feste und Freie arbeiten zusammen. Berlin 2002.

⁸ Die aktuellsten Ergebnisse dazu dokumentiert die Erhebung „KulturGut vermitteln - Museum bildet!“, ab dem 14. Dezember 2010 auf www.museumbildet.de. Hier sollen umfangreiche Informationen zur gegenwärtigen Lage der Bildungs- und Vermittlungsarbeit in deutschen Museen dargestellt werden. Bei Drucklegung dieses Artikels konnten diese Materialien noch nicht berücksichtigt werden.

⁹ Geantwortet haben 3.140 Museen mit der Grundgesamtheit von 4.614 Personen in museumspädagogischen Tätigkeiten.

¹⁰ Keuchel, Susanne/Weil, Benjamin: Lernorte oder Kulturtempel – Infrastrukturerhebung: Bildungsangebote in klassischen Kultureinrichtungen, Bonn 2010.

¹¹ nter Bezug auf die „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“, hrsg. vom Deutschen Museumsbund/Bundesverband Museumspädagogik, Berlin 2008. Download unter: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Qualitaetskriterien_Museen_2008.pdf [19.09.2010].

¹² Eine weltweite Übersicht über Fort- und Ausbildungsmöglichkeiten findet sich bei *Global Museum*: <http://www.global-museum.org> [23.09.2010].

¹³ Black, Graham: *The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement*, London 2005.

¹⁴ Vgl. Cutler, Anna: “‘What is to be done – Sandra?’ Learning with young People in Cultural Institutions of the 21st Century”, in: *Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse – Vermittlungsformen – Praxisbeispiele*, hg. von Hannelore Kunz-Ott, Susanne Kudorfer, Traudel Weber, Bielefeld 2009.

¹⁵ Siehe dazu: <http://www.tate.org.uk/modern/eventseducation/community/opentate.htm> [19.09.2010]

Kollegiale Beratung als Qualitätsinstrument

Anja Dauschek

Die Grundidee kollegialer Beratung¹ ist, dass Menschen aus ähnlichen Arbeitsfeldern und Menschen mit vergleichbaren Aufgaben einander qualifiziert in beruflichen Fragestellungen und Herausforderungen beraten können. Die Methode ist mehr als ein kollegialer Austausch zum Beispiel am Rande einer Tagung. Grundlagen der kollegialen Beratung sind die Bereitschaft und Verpflichtung, Situationen aus der eigenen Berufspraxis auf den kollegialen Prüfstand zu stellen.

Kollegiale Beratung findet in Gruppen von 4 – 8 Personen statt. Die Homogenität der Gruppe ist eine wesentliche Voraussetzung, d.h. ähnliche Berufserfahrung, vergleichbare berufliche Rollen und vergleichbare Aufgaben, Kompetenz und Verantwortung. Die „Kollegialität“ konkretisiert sich in wechselseitiger Hilfsbereitschaft und einer hierarchielosen Gruppenstruktur.

Kollegiale Beratung hat eine klare Struktur und einen klaren Ablauf. Die TeilnehmerInnen wechseln sich in drei unterschiedlichen Rollen ab. So lernen sie in unterschiedlichen Beratungsrollen zu agieren und Situationen aus verschiedenen Blickwinkeln und Sichtweisen zu betrachten.

- Der Fallgeber bringt sein Thema – eine schwierige Situation, einen „Fall“ – ein. Er stellt die erforderlichen Informationen zur Verfügung und formuliert sein Anliegen als „Schlüsselfrage“. Er ist bereit zuzuhören, nicht in die Beratungssequenz einzugreifen und sich mit den Fragen, Ideen und Lösungsvorschlägen der Kolleginnen ernsthaft auseinanderzusetzen. Fragen können zum Beispiel den Umgang mit schwierigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Konflikte am Arbeitsplatz, innerbetriebliche Konflikte, Verhandlungssituationen mit Auftrag- und Geldgebern betreffen.
- Der Moderator führt die Gruppe durch die Phasen und achtet auf die Einhaltung von Ablauf, Rollen und Zeit. Diese Rolle kann eine Doppelrolle sein – ein Berater übernimmt zusätzlich die Moderatorenrolle.
- Die 2 – 6 Berater hören dem Fallgeber aufmerksam zu, stellen Verständnisfragen und entwickeln und präsentieren in der Beratungsphase Sichtweisen, Ideen und Lösungsansätze.

Kollegiale Beratung folgt einem Grundprozess, wobei eine Beratungssequenz nicht länger als 45 bis 60 Minuten dauern sollte (ohne Definition des Settings und Auswertung). Dies erscheint wenig, funktioniert aber erstaunlich gut. Wichtig ist, dass Fallgeber und Berater nicht gleichzeitig aktiv sind – reden und zuhören wechseln sich ab.

Die einzelnen Schritte sind:

1. *Definition des Settings*: Festlegung der Rahmenbedingungen (Raum, Zeit) und Rollen (Fallgeber, Berater, Moderator)
2. *Inputphase (5 Minuten)*: Der Fallgeber stellt den Fall dar, formuliert die Beratungsfrage
3. *Klärungsphase (10 Minuten)*: Die Berater stellen konstruktive Fragen, legen das Beratungsziel fest, klären den relevanten Kontext, z.B. Beteiligte, Betroffene etc.

4. *Erkundungsphase (15 Minuten)*: Die Berater arbeiten ohne den Fallgeber und erstellen erste Erklärungen und Hypothesen, erarbeiten neue Sichtweisen
5. *Feedback-Phase (15 Minuten)*: Einbezug des Fallgebers. Die Berater klären: Was spricht an, was erzeugt Widerspruch? Wo zeigen sich neue Lösungswege?
6. *Lösungsphase (10 Minuten)*: Konkrete Ideen, Vorschläge aus der Gruppe
7. *Umsetzungsphase (5 Minuten)*: Der Fallgeber priorisiert die möglichen Lösungsideen: Was konkret, wie mit wem, bis wann, wird er/sie tun?
8. *Auswertung*: Kurze gemeinsame Auswertung des gemeinsamen Beratungsprozesses

Aktives Zuhören und kluges Fragenstellen sind wesentliche Grundlagen der kollegialen Beratung. Die Herausforderung ist, den Fallgeber sachlich als auch emotional, seine offenen und die impliziten Botschaften zu verstehen. Vorschnelle Interpretationen des Falls aus eigener Erfahrung oder Betroffenheit sollten vermieden werden. Kluge, ressourcenorientierte Fragen können dem Fallgeber neue Sichtweisen eröffnen. Gute Fragen geben die Hauptredezeit dem Befragten und sind offene Fragen, die nicht nur mit Ja oder Nein beantwortet werden können. Es sind Fragen, die zum Nachdenken anregen, eine längere, prozessorientierte Antwort hervorrufen und die durch beharrliches Nachfragen („Wie noch?“ „Was noch?“) erweitert werden können.

In der Regel brauchen Gruppen ohne beraterisches Vorwissen in den ersten beiden Sitzungen eine professionelle Anleitung, um Sicherheit im Verfahren und den Methoden zu erhalten. Grenzen einer kollegialen Beratung sind einerseits die Privatsphäre der Beteiligten und andererseits (steuer-)rechtliche Fragen. In beiden Fällen ist es sinnvoll, an professionelle Berater oder Coaches zu verweisen. Auch können Lösungen oder Verbesserungen an grundsätzliche strukturelle Grenzen stoßen, die der einzelne nicht beeinflussen kann. Aber kollegiale Beratung bietet eine Chance, schwierige Arbeitssituationen mit Abstand zu reflektieren und zeigt oft neue Lösungsansätze auf.

Dr. Anja Dauschek, Leiterin des Planungsstabs
Stadtmuseum Stuttgart
Eberhardstraße 61, 70173 Stuttgart
anja.dauschek@stuttgart.de

Weitere Literatur

Tietze, Kim-Oliver: Kollegiale Beratung, Reinbek bei Hamburg 2003.

¹ Dieser Beitrag basiert auf Dauschek, Anja/Grün, Josef: Kollegiale Beratung, in: Museum und Personal, hg. von Dreyer, Matthias/Wiese, Rolf, Rosengarten-Ehestorf 2006

Die gute Führung

Besucherorientierte Führungen entwickeln und durchführen

Doris Hefner

„Führungen“ waren lange Zeit in der Fachwelt umstritten, doch sie zählen nach wie vor zum Standardangebot der Museen. Über 90% aller Museen in Deutschland bieten Führungen durch ihre Ausstellungen an. Für das Gelingen und den Erfolg von Führungen spielen dabei verschiedene Faktoren eine Rolle – ein gutes Konzept, ein guter Vermittler¹ und die Teilnehmer. Das Zusammenspiel dieses „Dreigestirns“ ist es letztlich, das eine gute Führung auszeichnet und welches es im Folgenden näher zu beleuchten gilt.

Die qualitätvolle Führung – das Entscheidergremium

Die Position des Vermittlers ist mit entscheidend, ob die Teilnehmer seinen Erläuterungen inhaltlich und akustisch folgen können. Dieses Beispiel zeigt, wie sich eine Gruppe verhält, wenn der Vermittler (hier die Dame mit dem lockigen Haar) keine klare Position bezieht

Wer trifft die Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg einer Führung? Ist es die Museumsleitung, die ihre Sicht der Ausstellung und ihre Ziele vermitteln will? Oder ist es der Vermittler, der all sein Fachwissen präsentieren will oder ist es der zufriedene Teilnehmer? Selbstverständlich muss eine Ausstellung inhaltlich korrekt vermittelt werden. Dabei geht es aber nicht um





eine Selbstdarstellung des Vermittlers, sondern um die qualitätsvolle Vermittlung eines Themas sowie um die Kontextualisierung eines Exponats. Letztlich entscheidend für den Erfolg einer Führung ist, wie das „Produkt“ Führung vom „Käufer“, sprich von allen Teilnehmern, bewertet wird – will man das Führungsgeschäft einmal ganz unter dem wirtschaftlichen Aspekt sehen. Diesen Dienstleistungsaspekt gilt es bei der Entwicklung differenzierter Formate immer im Auge zu behalten.

Der gute Plan – zielgruppenorientierte Vermittlungskonzepte

Für ein erfolgreiches Führungsangebot ist es wichtig, zielgruppenorientierte Programme zu entwickeln, die einerseits dem Bildungskonzept des Museums und andererseits den Interessen und Bedürfnissen der Teilnehmer gerecht werden. Dafür muss man sich über Charakteristika und Bedürfnisse der Teilnehmer bewusst sein und diese bei der Konzeption berücksichtigen. Wie immer liegt auch hier der Teufel im Detail. Ein Programm für Kindergartenkinder muss demnach eine Altersspanne von 2 bis 6 Jahren abdecken – eine Aufgabe, die allein schon angesichts der Sprachfähigkeit in den unterschiedlichen Altersstufen² nicht leicht auf alle Teilnehmer abzustimmen ist. Ähnlich verhält es sich bei der Gruppe der Senioren.³ Senioren sind nicht alle gleich. Die Spannweite reicht vom aktiven, fitten 60-Jährigen bis zum hochbetagten 90-Jährigen, der unter Umständen mit geistigen und körperlichen Einschränkungen zu leben hat – wobei die Verteilung der Eigenschaften natürlich auch genau entgegengesetzt sein kann. Solche Differenzierungen gilt es bereits bei der Konzeption zu beachten.

Bei der Entwicklung von Schul-klassenprogrammen ist immer der Lehrplanbezug im jeweiligen Bundesland zu berücksichtigen.⁴ Denn auch wenn wir nicht „Unterricht im Museum“ anbieten, ist der Lehrplanbezug oftmals eine wichtige Entscheidungshilfe für Lehrer bei der Buchung eines außerschulischen Angebots. Befindet sich das Museum in einer Grenzregion, sollten auch die Lehrpläne im Nachbarland einbezogen werden.

Der nächste Schritt bei der Konzeption einer Führung ist die Festlegung des Formats, die Führungsart. Soll ein Überblick gegeben oder ein Thema als Schwerpunkt behandelt werden? Soll es sich um eine handlungsorientierte Führung mit Materialeinsatz und Gesprächssequenzen

handeln? Oder ist eine Theater- oder Kostümführung⁵ für die jeweilige Zielgruppe geeignet? Geht es bei der Führung eher um den Erwerb von Sprachkompetenzen?⁶ Oder soll eine Führung für ausländische Besucher konzipiert werden und muss deshalb deren kultureller Hintergrund mitbedacht werden?⁷ All diese Vorüberlegungen sind grundlegend für ein zielgruppenorientiertes Konzept.

Ist die Entscheidung über die Führungsart gefallen, muss das Konzept so entwickelt werden, dass 1. der Besucher ein „Bild“ vom Thema des Rundgangs mit nach Hause nimmt, 2. Objekte gesehen und begriffen und 3. Zusammenhänge erkannt hat. Dafür muss man sich zunächst darüber klar werden, welches „Bild“ der Besucher mitnehmen soll, also welches Vermittlungsziel der Führung zugrunde liegen soll. Denn ohne ein am Beginn festgelegtes Bildungsziel ist der inhaltliche und methodische Weg eines geführten Rundgangs schwer zu finden und vor allem vom Teilnehmer nur schwer zu verstehen. Deshalb müssen Themen und Objekte ausgewählt werden, die sich für das definierte Vermittlungsziel eignen und mit denen ein roter Faden von Objekt zu Objekt gesponnen werden kann. Dies ist häufig ein Knackpunkt bei der Konzeption, denn hier gilt es sich zu beschränken und nicht zu viele Objekte einzuplanen. Die Auswahl sollte daher unter folgenden Kriterien erfolgen: 1. beschränkte Auswahl von Themen und Objekten,⁸ 2. direkter Bezug der Objekte zum Thema und Vermittlungsziel, 3. inhaltlicher roter Faden als Abfolge der Themen und Objekte und 4. logischer Aufbau der Themen und Vermittlung der Objekte.

Als „Sahnehäubchen“ müssen nun noch Methoden⁹ gesucht werden, die die Teilnehmer aktivieren. Dies ist



Der gute Vermittler – persönliche Kompetenzen

Alles Wissen über Themen, Inhalte und Methoden genügt jedoch noch nicht, um ein gutes Konzept auch erfolgreich umzusetzen. Entscheidend für das Gelingen einer Führung sind neben dem guten und konkreten Plan vor allem das Auftreten sowie die nonverbalen und sozialen Kompetenzen des Vermittlers. Deshalb ist auch ein ansprechendes Äußeres nicht zu unterschätzen sowie ein freundliches, aber selbstbewusstes und sicheres Auftreten. Hierbei spielt die Körpersprache eine ganz entscheidende Rolle,¹² verraten Gesten und Haltungen doch den Gefühlszustand. Um sicher auftreten zu können, ist es wichtig, einen souveränen Stand

wichtig, um den unterschiedlichen Lerntypen gerecht zu werden und eine bessere Verankerung der Informationen zu erzielen.¹⁰ Ein probates Mittel für alle Zielgruppen ist der Dialog. Dabei werden Teilnehmer durch offene Fragen zum Betrachten, Nachdenken und zur Kommunikation angeregt. Ferner ist zu planen, wann ein Methodenwechsel stattfinden soll,¹¹ wie die Führungslinie verläuft und – nicht zu vernachlässigen – wie viel Zeit für die jeweiligen Sequenzen zu kalkulieren ist.

Der gute Vermittler – fachliche Kompetenzen

Für all diese Aufgaben ist die fachliche Kompetenz des Vermittlers sowohl im inhaltlichen als auch im methodischen Bereich erforderlich. Selbstverständlich muss ein Museumsführer inhaltlich fit sein. Das Problem ist jedoch, dass er all dieses Wissen nicht an die Besucher weitergeben kann. Daher muss er sich bei den Informationen, die er vermitteln will, beschränken. Er muss sie logisch strukturieren und schließlich verständlich vermitteln – eine Aufgabe, die nicht immer leicht fällt. Oft werden Erkenntnisse vorweggenommen oder zu viel Wissen vorausgesetzt. Auch ist zu beobachten, dass Exponate nur als Einstieg in ein „Referat“ genutzt und nicht mit den Teilnehmern gemeinsam betrachtet werden. Besucher wollen aber nicht nur Wissen vermittelt bekommen, sondern sie wollen Objekte betrachten und deren Kontext erfahren. Dafür benötigen sie die Unterstützung des Vermittlers. Er muss daher den Besucher sozusagen gedanklich an die Hand nehmen und Verständnishilfen geben.

zu finden, mit ruhigen und offenen Gesten den Vortrag zu unterstützen und Strategien gegen „verräterische“ Gesten wie das Kneten der Hände zu kennen.¹³

Sicherheit wird auch ausgestrahlt, indem der Vermittler bei jedem Exponat einen guten Standort für sich und die Gruppe überlegt und diese Position klar bezieht. So wird vermieden, dass die Gruppe sich „falsch“ positioniert oder den Vermittler akustisch nicht gut verstehen kann. Damit Letzteres gelingen kann, muss der Vermittler zu den Teilnehmern und nicht zum Objekt sprechen. Außerdem muss er klar, präzise und konkret formulieren – denn was soll ein Besucher von einem Vermittler halten, der ihm anbietet, „vielleicht einmal dieses Bild anzuschauen?“ Solche Formulierungen sind zwar höflich gemeint, signalisieren aber auch eine gewisse Unsicherheit und können – zusammen mit anderen Faktoren – dazu führen, dass Teilnehmer die Kompetenz des Vermittlers anzweifeln und sich im schlimmsten Fall zu Störenfriedern entwickeln.

Ferner benötigt ein Vermittler vielfältige soziale Kompetenzen. Schließlich ist er nicht nur Wissensvermittler, sondern auch Moderator und Leiter einer Gruppe unterschiedlichster Personen. Dafür benötigt er neben Menschenkenntnis und Einfühlungsvermögen auch Unvoreingenommenheit und Offenheit gegenüber den Besuchern. Er muss schnell Kontakt zur Gruppe aufbauen und alle Teilnehmer während der Führung im Blick behalten. Nur so erkennt er rechtzeitig sich anbahnende Störungen und kann auf diese angemessen reagieren. Hierfür ist es wichtig, auch Strategien für den Umgang mit schwierigen Situationen zu kennen¹⁴ und im Vorfeld einmal „durchgespielt“ zu haben.

Die gute Museumsführung – auf den Punkt gebracht

Fasst man nun all die Faktoren zusammen, so sind folgende Punkte für ein erfolgreiches Zusammenspiel von Konzept, Museumspädagogen und Teilnehmern entscheidend: 1. Ein Konzept mit Zielgruppenorientierung, klarem Vermittlungsziel, begrenzter Objektauswahl, rotem Faden und Methodenvielfalt. 2. Ein Vermittler mit Fachwissen und sozialen Kompetenzen und schließlich 3. Teilnehmer, die sich willkommen und wertgeschätzt fühlen können sowie durch Diskussionen und Aktivitäten in die Führung einbezogen werden. Berücksichtigt man diese Faktoren, entstehen Programme, mit denen zufriedene Besucher gewonnen werden, die dem Haus treu bleiben und als wertvolle Multiplikatoren fungieren.

Doris Hefner
culturalive
Frauwiesenweg 15a
82205 Gilching
hefner@culturalive.de
www.culturalive.de

¹ Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird im Folgenden immer die männliche Form verwendet.

² Zweijährige verfügen über einen aktiven Wortschatz von ca. 50 Wörtern, verwenden Alltagswörter und sprechen 2-Wort-Sätze. Erst mit drei Jahren verwenden und verstehen Kinder einfache Verben, Präpositionen, Adjektive und Pronomina. Ein vierjähriges Kind erweitert seinen Wortschatz z.B. um Farben und Pronomen. Mit fünf Jahren spricht ein Kind hundertmal mehr Wörter als ein Zweijähriger, also ca. 5.000 Wörter. Siehe <http://www.sprachheilberater.de/Sprachentwicklung.htm#TabelleZurSprachentwicklung> und <http://de.wikipedia.org/wiki/Spracherwerb> [04.10.2010].

³ Vgl. ALTERnativen im Museum – Vermittlung für und mit Senioren, Standbein Spielbein Nr. 82, 2008; Gajek, Esther: Seniorenprogramme an Museen. Eine ethnographische Annäherung an die Diversität der Erfahrungen der Teilnehmer (in Vorbereitung).

⁴ Die Lehrpläne der einzelnen Bundesländer sind zu finden unter <http://www.bildungsserver.de/zeigen.html?seite=400> [17.11.2010].

⁵ Kindler, Gabriele (Hg.): MuseumsTheater. Theatrale Inszenierungen in der Ausstellungspraxis, Bielefeld 2001; Living History – Von den Mühen mit der Vergangenheit, Standbein Spielbein Nr. 81, 2008.

⁶ Vgl. Rottmann, Karin: Sprachen lernen im Museum. Ein neues Arbeitsgebiet für Museen, in: Kunz-Ott, Hannelore (Hg.): Museum und Schule. Wege einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Museumsbausteine Bd. 9, München, Berlin 2005, S. 157 ff.

⁷ Ein gutes Mittel ist es – und nicht nur für diese Zielgruppe – sich gedanklich auf die Teilnehmerseite zu stellen und zu überlegen, was könnte ich z.B. vom Land, der Epoche etc. wissen.

⁸ Bei einer Führung von 90 Minuten sollten maximal 12 Objekte bzw. Stationen behandelt werden.

⁹ Eine Auswahl museumspädagogischer Methoden ist zusammengestellt in: Wagner, Ernst/Dreykorn, Monika (Hg.): Museum Schule Bildung. Aktuelle Diskurse – innovative Modelle – erprobte Methoden, München 2007.

¹⁰ Erwiesenermaßen erreicht man die größte Erinnerungsquote durch eigenes Tun, siehe <http://www.philognosie.net/index.php/article/articleview/163/> [17.11.2010].

¹¹ Untersuchungen der Lernpsychologie haben gezeigt, dass sich Achtjährige maximal 3-10 Minuten, Siebzehnjährige 8-20 Minuten und Erwachsene bis zu 30 Minuten ununterbrochen konzentrieren können, vgl. Müssig, Petra: Erfolg ist Kopfsache. Sportliche Herausforderungen meistern, Stuttgart 2010, S. 51.

¹² Das Gelingen von Präsentationen vor Gruppen hängt zu 55% von der Körpersprache, zu 38% von der Stimmlage und zu 5-7% vom Inhalt ab, vgl. Mehrabian, Albert: Inference of Attitude from Non-verbal Communication in Two Channels, in: The Journal of Counselling Psychology 31, 1967, S. 248-252.

¹³ Zum Thema Körpersprache siehe z.B. Molcho, Samy, ABC der Körpersprache, München 2006.

¹⁴ Anregungen hierzu bieten Tipps für Moderatoren und Trainer, siehe z.B. Bußmann, Nicole: Vom Umgang mit schwierigen Teilnehmern, in: managerSeminare Heft 39, 11/1999, S. 72ff.

Welche Qualität erwarten die BesucherInnen?

Die Generation 60+ bis 80+ als Zielgruppe von Kulturvermittlungsprogrammen

Claudia Peschel-Wacha/Katharina Richter-Kovarik

Das Österreichische Museum für Volkskunde blickt im Jahre 2010 auf eine mehrjährige Partnerschaft mit dem Kuratorium Wiener Pensionistenwohnhäuser (KWP) zurück und kann daraus eine sehr positive Bilanz ziehen.

Die ersten Kontakte der KulturvermittlerInnen des Volkskundemuseums mit den leitenden SozialarbeiterInnen, TherapeutInnen und AnimatorInnen des KWP entstanden bei einer Tagung der Institution Kultur Kontakt Austria in einem Pensionistenwohnhaus. Im Frühjahr 2005 folgte eine Einladung an die BewohnerInnen zu einer Ausstellung der besonderen Art. Sie hieß „an/sammlung an/denken“ und war der Auftakt zu einer engen Kooperation mit 31 Häusern des KWP. Die Ausstellungskuratorin Cornelia Meran hatte eine Villa in Salzburg geerbt, deren BewohnerInnen seit Beginn des 20. Jahrhunderts alles aufbewahrt hatten. Es fanden sich dort Unmengen an alltäglichen Dingen, teilweise noch originalverpackt: ob Reinigungsmittel, Drogerieartikel, Hüte, Schirme, Schuhe, Briefe, Radios, Glühbirnen, Kinoprogramme, Zeitschriften, die Steinesammlung des Großvaters und anderes mehr. Frau Meran präsentierte eine Auswahl von Dingen, mit denen das Haus bis unters Dach vollgeräumt war. Man ging über eine Holzbrücke und sah hinab auf ein Sammelsurium von Gegenständen, derer man sich selbst – sei es beim „Ausmisten“ oder bei einem Umzug – sicherlich entledigt hätte. Die letzte Bewohnerin bewohnte nur einen kleinen Raum der großen Villa. Die anderen Zimmer beherbergten fein säuberlich inventarisierte Objekte, die von unterschiedlichen Familienmitgliedern stammten und in der Villa ihre letzte Aufbewahrungsstätte gefunden hatten.

Diese Ausstellung bot eine unmittelbare Relevanz zum Schicksal von BewohnerInnen eines Seniorenheimes, denn sie mussten sich bei der Aufgabe der eigenen Wohnung von vielen Besitztümern trennen. Zu dieser Problematik hatten wir uns erstmals ein für SeniorInnen maßgeschneidertes Vermittlungsprogramm überlegt: Nach einem Rundgang boten wir die Möglichkeit für einen nachfolgenden Gesprächskreis bei Kaffee und Kuchen und das alles zu einem moderaten Preis.

Zu diesem Zeitpunkt war uns jedoch noch nicht bewusst, wie unterschiedlich die vermeintlich homogene Zielgruppe „SeniorInnen“ war und auf welche Bedürfnisse

„Wer war Papageno?“ Vermittlungsprogramm für SeniorInnen.
Foto: Volkskundemuseum Wien, 2006





ganz speziell seitens der Institution zu achten wäre. Wir kooperierten von Projektbeginn an mit den Kulturbearbeitenden des KWP. Diese waren interessiert, mithilfe der vertrauten Alltagsgegenstände in dieser Sonderausstellung Erinnerungen zu wecken und auch schweigsame Menschen zu einem Gespräch zu motivieren. Acht SeniorInnengruppen, von denen viele TeilnehmerInnen bereits das 80. Lebensjahr überschritten hatten, besuchten die Sonderausstellung „an/sammlung an/denken“. Wir realisierten, dass es sich um eine besondere Zielgruppe handelte. Obwohl das Volkskundemuseum SeniorInnen zu den wichtigsten Besuchergruppen zählte, hatten wir bislang noch keinen Unterschied zwischen ihnen gemacht.¹ Bei genauem Überlegen liegt doch zwischen SeniorInnen von 60 Jahren und jenen von 80+ eine ganze Generation!

Auch die AnimateurInnen des KWP waren mit dem Konzept unseres Vermittlungsangebots zufrieden. Verschlussene, wortkarge SeniorInnen begannen zu erzählen und berichteten von ihrem Umzug ins Pensionistenwohnhaus: Die Wohnung aufgeben, nur das Nötigste mitnehmen dürfen, auswählen und sich letztendlich von lieb gewonnenen Gegenständen trennen zu müssen war für viele sehr belastend gewesen. Für die Vermittlungsabteilung des Volkskundemuseums – damals in Zusammenarbeit mit der Kulturwissenschaftlerin Elke Krasny – waren diese Zusammenkünfte mit den SeniorInnen einzigartig und blieben unvergesslich.

Ist das interessant?

Nicht jede Ausstellung eignet sich für ein Vermittlungsprogramm mit dieser Besuchergruppe. Wir machten

es zur Einrichtung, mit dem stellvertretenden Animator des KWP, Christian Klein, die „Eignung“ einer Sonderausstellung für seine KlientInnen zu besprechen. Ende des Jahres 2005 war es nach einer Unterbrechung wieder so weit: Die Ausstellung mit dem Titel „Tigermütze – Fraisenhaube. Kinderwelten in Europa und China“ erfüllte viele Kriterien für einen Besuch. Die SeniorInnen waren eingeladen, eigene Fotos zum Gesprächskreis mitzubringen. In den Kindheitserinnerungen standen die Kinderspiele und das selbstgemachte Spielzeug an vorderster Stelle. Bewundert wurden Blumen aus Krepppapier, die in China zu bestimmten Festtagen gefertigt werden. Auf Anfrage einer Animateurin vermittelten wir den Kontakt zu einer Chinesin, die die Herstellungs-

technik beherrschte und sich bereit erklärte, zusammen mit der Vermittlerin einen Papierblumen-Workshop im Pensionistenwohnhaus abzuhalten. Um den kulturellen Austausch bemüht, zeigten die SeniorInnen Frau Chang die Herstellung eines Apfelstrudels.

2006 wurde das Mozartjahr in Österreich gefeiert und das Volkskundemuseum beteiligte sich mit einer Ausstellung über den Beruf des Vogelhändlers unter dem Titel „Papageno backstage“. Für einen kurzweiligen Gesprächskreis hatten wir anschauliche Materialien vorbereitet, darunter Vogelpfeifen, Singvogelautomaten und Bilder von Mozarts Lieblingsvögeln. Diese Dinge wurden herumgereicht, ein Vogellied wurde angestimmt und beide Geschlechter sparten auch nicht an schlüpfrigen Witzen!

Nur Mut!

Nach einer gut besuchten Weihnachtskrippenausstellung wurde es wieder etwas still um die Gruppen aus den Pensionistenwohnhäusern. Am 17. November 2007 fand im Volkskundemuseum eine Tagung zum Thema Barrierefreiheit statt. Die ExpertInnengruppe auf dem Podium bestand aus Betroffenen, selbst Menschen mit unterschiedlichsten Behinderungen, sowie VertreterInnen dieser Zielgruppen. Das Impulsstatement von Herrn Klein, unserem Ansprechpartner im KWP, geriet zu einem eindringlichen Plädoyer für die Gruppe der Generation 80+. Er schilderte die altersbedingten Handicaps der SeniorInnen, ihre Hör- und Sehbehinderungen sowie ihre Mobilitätseinschränkungen. Ausführlich beschrieb er die äußeren Hindernisse im Vorfeld eines Museumsbesuchs. Diejenigen, die ihr Haus für einen

Ausflug verließen, wurden von der Gemeinschaft als besonders „mutig“ angesehen. Wir VermittlerInnen lauschten betroffen, da uns diese Probleme bisher verborgen geblieben waren. Kolleginnen reagierten spontan auf seinen Bericht. Sie meinten, wenn es so mühsam war, ins Museum zu kommen, dann würde das Museum eben zu den SeniorInnen kommen, was dann in Folge auch tatsächlich geschah.

„Herr Mayer, Sie reden ja!“

Das Plädoyer animierte uns zu einer ganz besonderen Auseinandersetzung mit dieser Zielgruppe. Zum besseren Verständnis veranstalteten wir eine Umfrage bei den AnimateurInnen des KWP. Sie sind die EntscheidungsträgerInnen bei der Auswahl von Ausflugszielen und suchen ein Museum als Exkursionsziel nach folgenden Kriterien aus: Da Behindertentransporte teuer sind, erfolgt die Anfahrt zumeist mit öffentlichen Verkehrsmitteln und darf nicht weit sein. Der Weg muss barrierefrei sein, d.h. es dürfen keine Treppen bzw. Rolltreppen zu überwinden sein und Toiletten müssen in erreichbarer Entfernung liegen. Besucht werden Museen, die eine überschaubare Größe haben, über eine gute Infrastruktur verfügen und einen angemessenen Preis für Eintritt und Führung verlangen. Ein geeigneter Gastronomiebetrieb sollte im Museum oder in der Nähe sein. Zählt man Anreisezeit und Führungsdauer zusammen, so benötigen die SeniorInnen danach eine Pause und eine Stärkung. Das Angebot des Volkskundemuseums umfasst gesprächsorientierte Führungen mit nachfolgendem Imbiss im Museumscafé. Dieser dient nicht nur der körperlichen Kräftigung, sondern bietet sich auch als Ort der Kommunikation an. Kurz nach dem Ausstellungsrundgang sind die Eindrücke frisch, und es werden Erinnerungen wach.² So manche Begleitperson staunt über die spontanen Beiträge der SeniorInnen in solch einem Gesprächskreis.

„Wir verbrachten die Zeit mit Liftfahren“

Zu den äußeren Erfordernissen eines Museumsbesuchs gehören zum Beispiel ein leicht und frei verfügbarer Lift, damit der Aufenthalt nicht nur mit Liftfahren verbracht wird, sowie vorbereitete Sitzgelegenheiten (evtl. Klappsessel beim Rundgang mitnehmen). SeniorInnen im Alter von 80+ kommen überwiegend im Rollstuhl. Bereits im Vorfeld bei der Gestaltung einer Ausstel-

lung ist darauf Rücksicht zu nehmen, sind ausreichend breite Durchgänge zu planen, Vitrinenhöhen zum Unterfahren mit Rollstuhl anzupassen, eine Rampe zur Überwindung von Stufen, behindertengerechte Toiletten und anderes mehr ist zu berücksichtigen. Die Dauer einer Führung sollte eine Stunde nicht überschreiten, damit auch Zeit für Erholung bleibt, bevor der Ausflug wieder zu Ende ist. Die Frage zwischendurch, ob sich alle wohl fühlen ist ebenso wichtig wie kurze Pausen, ohne dass Langeweile aufkommen darf. Kleine Gruppengrößen von maximal 14 Personen inklusive Begleitpersonen sind angemessen. Größere Gruppen werden entsprechend aufgeteilt, wobei darauf zu achten ist, dass sich nicht gleichzeitig eine weitere Gruppe im selben Raum aufhält. Wir verfügen über keine Erfahrungen beim Einsatz von Headsets bei dieser Zielgruppe.

Inhaltlich sollten die Vermittelnden bedenken, dass SeniorInnen auch in hohem Alter wissbegierig sind, jedoch mit gewissen Handicaps zu kämpfen haben und sich scheuen, diese zu äußern, um die Führung nicht zu stören. Sie müssen deshalb Erfahrung im Umgang mit älteren Menschen haben und Geduld aufbringen. So sollten sie warten, bis alle TeilnehmerInnen eine ideale Position gefunden haben, wo sie gut hören, sehen und mühelos sitzen können. Sie müssen laut, deutlich, langsam, verständlich, präzise, interessant und nicht ausschweifend sprechen, eine klare Sprache verwenden und keine Schachtelsätze gebrauchen. Des Weiteren Fakten erzählen, Inhalte maßvoll anbringen, Kontexte sorgfältig erklären, auf Fragen eingehen, Fremdwörter möglichst vermeiden.³ Sie sollten die SeniorInnen und ihr mitgebrachtes Wissen einbeziehen, Verständnis



aufbringen für ein anderes Weltbild, Wertschätzung spüren lassen. Beim Entwurf eines Programms für SeniorInnen ist es hilfreich, eine ExpertIn bzw. VertreterIn zu Rate ziehen.

Das Museum kommt!

Tatsächlich veranstalteten wir mit Unterstützung der Restauratorinnen des Volkskundemuseums eine Weihnachtskrippenausstellung in einem Pensionistenwohnhaus. Ausgewählt wurde über einen persönlichen Kontakt eines freiwilligen Museumsmitarbeiters und leidenschaftlichen Volkskunstsammlers.⁴ Die Ausstellung wurde in jenem Pensionistenwohnhaus geplant, in dem seine Eltern zu jener Zeit wohnten. Zusammen mit Krippen aus seinem Fundus und ganz besonderen Krippenfiguren aus dem Museumsbestand entstand im Foyer des Pensionistenwohnhauses eine kleine Ausstellung, die unter großer Aufmerksamkeit von Politik und Medien eröffnet wurde. Der rüstige Pensionist, Sammler und Leihgeber war einen Nachmittag pro Woche anwesend und hielt für die BewohnerInnen Führungen ab.

Konklusion

Die Zielgruppe der SeniorInnen wächst von Jahr zu Jahr. Für die Zielgruppe 80+ gibt es kaum passende Angebote im Kulturbereich. Zielgruppenspezifische Angebote wie Familientage oder die „Lange Nacht der Museen“ sind für SeniorInnen in fortgeschrittenem Alter nicht geeignet. Die Einrichtung eines eigenen „SeniorInnentags“ würde die Aufmerksamkeit für diese Zielgruppe erhöhen.

Dr. Claudia Peschel-Wacha, Mag. Katharina Richter-Kovarik
Abteilung für Kulturvermittlung
Österreichisches Museum für Volkskunde
Laudongasse 15-19
1080 Wien
www.volkskundemuseum.at

¹ Peschel-Wacha, Claudia/Richter-Kovarik, Katharina: Muße und Sinnlichkeit vor Action und Showtime. Zur Vermittlungsarbeit am Österreichischen Museum für Volkskunde, in: neues museum, die österreichische Museumszeitschrift, hrsg. vom Museumsbund Österreich, Nr.1, 2003, S. 39-41.

² Vgl. Anja Kuhn: Vom Erzählcafé „60 plus“ zum seniorenreifen Museum, in: Standbein Spielbein, Nr. 82, 2008, Schwerpunktthema: ALTERnativen im Museum – Vermittlung für und mit Senioren, S. 17.

³ Vgl. Julia Kubicek: Ältere Menschen im Museum, in: ebd., S. 14f.

⁴ „Unternehmen Schneeball“ des Österreichischen Museums für Volkskunde Wien, siehe: Stöger, Gabriele: Museen, Keyworker und die Folgen. In: Kunz-Ott, Hannelore/Kudorfer, Susanne/Weber, Traudel (Hg.): Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse – Vermittlungsformen – Praxisbeispiele, Bielefeld 2009, S. 75-81, s. S. 81 f.

Museum und Internet: Neue Zugänge, neue Zielgruppen

Grundlagen, Beispiele und Anwendungen der ‚Social Media‘ für Museen | 22. – 24. Mai 2011

In diesem Seminar werden wir uns mit diesen inhaltlichen Schwerpunkten auseinander setzen und Ihnen sowohl über die Vermittlung von Grundlagenwissen als auch über die eigene praktische Erprobung den Einstieg in die Welt des WEB 2.0 ermöglichen. Als Werkstattseminar geplant haben Sie hier die Möglichkeit, eigene Ideen, Überlegungen und Konzeptskizzen in das Seminar einzubringen, diese vorzustellen und mit Kollegen und Dozenten auf ihre Wirksamkeit hin zu überprüfen.



Bundesakademie
für kulturelle Bildung
Wolfenbüttel

www.bundesakademie.de | post@bundesakademie.de | 05331.808-415
Postfach 1140 | 38281 Wolfenbüttel sowie bei Facebook und Twitter

Blick über den Tellerrand: Alte Keramik ungewöhnlich vermittelt

Uta Piereth

Ein Museum Deutscher Fayencen, und dann auch noch in Schloss Höchstädt an der Donau!?

Die Kombination so vieler unbekannter, auf den ersten Blick eher unattraktiver Elemente – unklares Thema, Museum, Ort im Nirwana – verlangt allerhand von Seiten der Museumsmacher wie der umworbenen Öffentlichkeit. Dazu bedarf es tatsächlich eines programmatischen Blicks „Über den Tellerrand...“, wie das Ende April 2010 neu eröffnete Museum auch betitelt wurde.

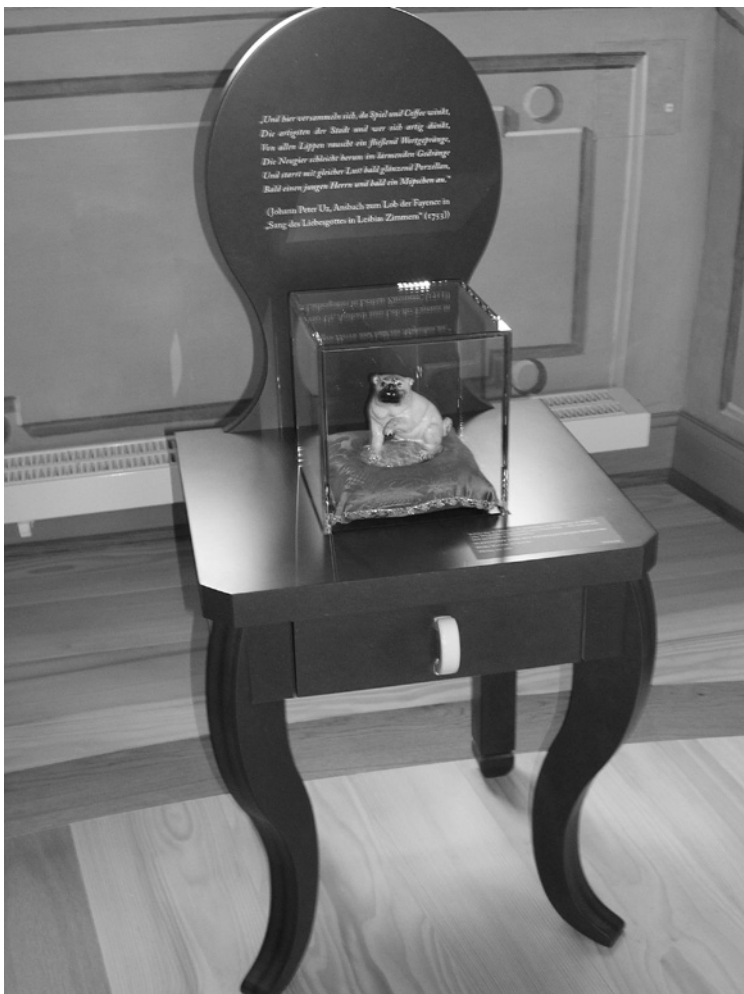
Der Mops war im 18. Jahrhundert mehr als nur ein beliebter Schoßhund, er war auch das Abzeichen eines Geheimbundes mit merkwürdigen Ritualen, über die man etwas durch Aufziehen der Vertiefungsschublade erfährt. Manufaktur Höchst, um 1760

Streng genommen handelt es sich dabei natürlich um ein Spezialmuseum zum Thema Keramik: Die Fayence-Sammlung der Bayerischen Schlösserverwaltung zählt mit rund 1200 Exponaten aus 58 deutschen Manufakturen zu den größten und bedeutendsten in Europa. Fayence ist bräunliche oder rötliche Keramik mit einer weißen Zinnglasur, die farbig bemalt wird und im

Aussehen Porzellan ähnelt. Tatsächlich diente es einst dem Versuch, das teuer importierte Geschirr aus China oder Japan nachzuahmen. Als preiswertere Alternative verbreitete die Fayence sich bald rasch in ganz Europa. Ihre Blütezeit war das 17. und 18. Jahrhundert, damals gab es in allen gehobenen und bürgerlichen Haushalten Fayencen. Der Name leitet sich von der mittelitalienischen Keramikerkstadt Faenza her.

Die bereits vor rund 20 Jahren im Kernbestand erworbene Sammlung sollte ursprünglich systematisch und in klassischen Glasvitrinen präsentiert werden auf den verfügbaren rund 1000 Quadratmetern im 1. Obergeschoss des Schlosses. Die Objekte hätte man nach Manufakturen geordnet und innerhalb dieser Systematik chronologisch sortiert. Etwa im Jahr 2007 jedoch begann man, eine Änderung dieses Konzeptes ins Auge zu fassen: Die Sammlung sollte nicht nur für Spezialisten interessant sein, sondern möglichst für Jedermann. Dazu erschien eine kulturgeschichtlich orientierte Vorgehensweise geeigneter als eine systematisch-fachspezifische.

Doch wie kann man ein heute scheinbar so fernes Thema einem breiten Publikum museal schmackhaft machen? Wie müssen methodischer Zugriff und inhaltliche Aspekte aussehen, um Menschen zu bewegen, sich mit der wirklich reizvollen Fayence zu beschäftigen – ohne dies je zuvor getan oder auch vermisst zu haben? Die Entscheidung fiel für „möglichst ganzheitlich, möglichst



▼ Der „Markenhimmel“: Kenner besehen sich Keramiken immer auch von unten – nicht zuletzt wegen dort angebrachter Markenzeichen



allgemeinverständlich und möglichst vielseitig“. Das umfasst sowohl die angesprochenen Inhalte, die Raumgestaltung wie die Wege der Vermittlung.

Von Raum zu Raum wechseln die mit Fayencen und Inszenierungen angesprochenen Aspekte: Sacherklärungen zu Anfang; darauf folgen technisch-chemische Herstellungsfragen; die Arbeitsweise in einer Manufaktur und Lebensbedingungen der Fayenciers; die globalen und betriebswirtschaftlichen Erfolgsbedingungen der Produktion; die Abnehmerkreise und Konkurrenzprodukte Porzellan und Steingut; die Verwendung im Rahmen des Oberschichten-Life-Style bei Tisch, Toilette, Wohnkultur und auch der aufkommenden Modegetränke Tee/Kaffee mit ihren Konsumgewohnheiten; hörbare Lesarten der Fayencedekore und -formen; eine Schauküche mit Suppengeist; die Präsentation bedeutender manufakturtypischer Produkte sowie, zum Schluss, ein gartenartiges Labyrinth, in dem alle Spielarten der Begegnung von Natur und Kultur in der Fayence eingefangen werden. Erzählt wird so in jedem Raum eine andere Geschichte; in der Summe ist es ein frühneuzeitliches Kulturpanoptikum. Individuell können Besucher auch jenseits der sehr knappen Raumtexte und Objektbeschriftungen viel Interessantes erfahren,

denn es gibt in der Ausstellung rund 50 sogenannte Vertiefungsebenen, die meist auf Schubladen mit keramikartigen Henkeln verschiedenste Zusatzinformationen anbieten: etwa solche zum Gebrauch der keramischen Toiletteartikel, zu technischen Details oder zu Streitfällen bei der Arbeit.

Zur ganzheitlichen Einbettung der inhaltlichen Themen tragen die Inszenierungen und Visualisierungen bei, die das Ausstellungsbüro Haslbeck (München) kreativ, aber unter Berücksichtigung der denkmalgeschützten Raumhülle gestaltete: Gleich zu Beginn lässt eine reich gedeckte Tafel Schönheit und Sinn eines vierteiligen blau-weißen Services anschaulich werden, im Raum danach beeindruckt der Nachbau eines bestückten Brennofens; wo das Geheimnis um die richtige Zusammensetzung der keramischen Materialien angesprochen wird, wabert dies aus einer Art Destille; im „Kaffeehaus“ und „Kaffeekränzchen“-Salon kann man sitzen und schmökern; in der Schauküche zeitgenössische Rezepte studieren oder etwa in einem verspiegelten „Porzellan-kabinett“ chinoise und andere feine Stücke bewundern.

Immer wieder ist dafür gesorgt, dass mögliche Erwartungen der Besucher unterlaufen, Überraschungen geboten werden. Das beginnt noch vor dem ersten Ausstellungsraum, wo man sich zum Auftakt ein bisschen wie Alice im Wunderland fühlt: Riesige weiße, mit aufprojizierten Bilddetails bespielte Keramikformen verkehren die Perspektive, die Besucher sind in diesem Zauberreich auf einmal klein, Kannen, Teller oder Tassen dagegen sehr groß – so groß, dass man sich sogar erst einmal mit einer ganzen Gruppe hineinsetzen kann. An vielen Stellen können Türen geöffnet, Dinge begriffen, Sachverhalte selbst nachvollzogen werden. Für Kinder zwischen 6 und etwa 12 Jahren ist außerdem eine eigene Kinderspur geboten, die mit durchschnittlich zwei Stationen pro Raum zum Rätseln, Denken, selbständigen Hinsehen oder Ausprobieren einladen und auf unterschiedlichem Schwierigkeitsniveau angesiedelt sind. Die Erfahrungen der ersten Wochen belegen, dass das Konzept aufgeht, hier keine „Durchlauferhitzer“ einzubauen, sondern etwas, das für die Kinder attraktiv genug ist, sie parallel zum Rundgang und Tempo der Erwachsenen in den jeweiligen Räumen zu halten. Nicht wirklich überraschend ist die Tatsache, dass auch erwachsene Besucher oft genug gerne und gezielt die magentafarben markierten Kinderstationen ansteuern...

Zur ganzheitlichen Vorgehensweise gehören auch weitere Ebenen, etwa die sprachliche. Jeder kennt zum Beispiel den Spruch „Scherben bringen Glück!“, aber kaum einer weiß, was es wirklich damit auf sich hat. Das wird gleich zu Beginn in einigen drehbaren, tellerartigen Sprachelementen an der Wand aufgeschlüsselt.

Wo es um Herstellungstechniken geht, machen plakativ angebrachte, merkwürdige Begriffe wie „Muffeln“, „Mauken“, „Bossieren“ oder „Fritte“ neugierig, Sinn und Zusammenhänge zu erkunden und zu verstehen. Doch nicht nur kognitiv und spielerisch, auch sensorisch und akustisch werden die Besucher angesprochen. So sind beispielsweise im letzten Raum des Rundgangs herrlich verzierte Potpourrivasen flankiert von verschiedenen Riechproben sowie von historischen Rezepten zur Herstellung derartig „duftender Faultöpfe“. Etliche Hörstationen bereichern das Museum, solche mit passender Musik, mit Erzählungen zu den Krankheiten der Fayenciers und vor allem – in einem eigenen, bühnenartig gebauten Raum – mit einer ganzen Reihe von außergewöhnlichen Hörspielen zu außergewöhnlichen Fayencen, die weitgehend im Rahmen des Pilotprojektes „Mit den Ohren sehen“ von Schulklassen zusammen mit dem Bayerischen Rundfunk u.a. erarbeitet wurden. Diese Hörstücke, realisiert von Drittklässlern, Berufsschülern sowie einigen Höchstädter Bürgern und professionell produziert in den Studios des Rundfunks, geben exemplarisch wieder, wie Besucher verschiedener Altersklassen, kultureller Prägung und Bildungshorizonte bestimmte Fayencen wahrgenommen haben. Angeregt von den Fayencen äußern sich Erwachsene aus ihrer jeweiligen Perspektive, Kinder und Jugendliche lassen ihrer Fantasie freien Lauf. Hier kann man hören, welche verschiedenartigen Geschichten diese alten Objekte heute noch zu erzählen vermögen!

Schließlich gibt es für das Fayencemuseum auch noch innovatives Material für Schulen und Kindergärten: Ein Projektkoffer für Klassen aller Schultypen und

Jahrgangsstufen stellt die vielschichtigen Möglichkeiten für projektorientiertes, fächerübergreifendes Arbeiten rund um das Thema Fayencen vor. Exemplarisch ausgearbeitete Projekte und Einheiten demonstrieren Machbarkeit und Sinnhaftigkeit solcher zwischen Museum, Schule und ganzheitlichem Lernen agierenden Ansätze. Da überrascht es höchstens auf den ersten Blick, dass auch Fächer wie Chemie, Wirtschaft und Musik neben Geschichte und Kunst bei den größeren und kleineren Projektvorschlägen vertreten sind, analog zum vielseitigen Vermittlungskonzept des Museums selbst. Selbst so etwas wie ein einleitender „Keramischer Dreikampf“ in Begleitung des Sportlehrers taucht verlockend und inhaltsgebunden an so einem Horizont auf.

Für Kindergärten wurde ebenfalls ein zielgruppenspezifisches Paket geschnürt, das altersgerechte Einheiten in keramischen Klangwelten, zum Thema Küche und einer Schreibwerkstatt für Vorschulkinder vorschlägt. Auch die Kleinsten erobern auf diese Weise das Höchstädter Zauberreich der Fayence.

Last but not least sind es natürlich stets die Fayencen selbst, die eine ungeheure Attraktion darstellen. Ob Terrinen in Gestalt von Gemüse oder Tieren, Tischbrunnen mit dramatischen Kampfszenen, herrlichste Blumendekore, ungewöhnliche Toiletteartikel, kuriose Jagdtrophäen oder ein Mops, der das Pfötchen zu reichen scheint, all das und viel mehr sorgt bei den unterschiedlichsten Besuchern für Begeisterung – ganz objektnah. Während der jeweils halbjährigen Öffnungszeit ergänzt zudem ein umfangreiches Begleitprogramm die musealen Attraktionen. Wer den Weg einmal ins Fayencemuseum gefunden hat, nimmt sich fest vor wiederzukommen.

Uta Piereth
Bayer. Verwaltung der Staatl. Seen,
Schlösser und Gärten
Schloss Nymphenburg
80020 München
www.schloss-hoechstaedt.de



Der „Blick über den Tellerrand“ beginnt gleich im ersten Raum

Wie kann man Ausstellungskommunikation analysieren?

Ein Vorschlag aus der Sprachwissenschaft

Wolfgang Kesselheim

Hört man das Wort *Ausstellungskommunikation*, denkt man sicherlich an Führungen oder museumspädagogische Aktionen. Doch kommuniziert wird nicht nur *in* der Ausstellung, sondern auch *durch* die Ausstellung: mit Hilfe von Exponaten, Modellen, Grafiken, Fotos, Saaltexten, Objektkennungen usw. Was sind die charakteristischen Merkmale dieser Kommunikation *durch* die Ausstellung? Und wie lässt sie sich analysieren? Auf diese beiden Fragen möchte ich nun nacheinander eingehen.

Zunächst sollen hierzu vier spezifische Merkmale von Ausstellungskommunikation hervorgehoben werden:

1. Die Kommunikation durch die Ausstellung ist ein Fall von Dauerkommunikation. Produzent und Rezipient sind nicht gleichzeitig anwesend, die Kommunikationssituation „zerfällt“ in zwei zeitlich getrennte Hälften. Es bedarf also dauerhafter Zeichen, die nicht an den Körper des Produzenten gebunden sind. In der Museumsausstellung sind das v.a. die Objekte, die durch ihre Musealisierung Zeichencharakter erhalten.
2. Ausstellungskommunikation beschränkt sich aber nicht auf die Präsentation von Musealien. Sie ist „multimodal“, das heißt, sie operiert mit Zeichen aus den unterschiedlichsten Zeichenvorräten (oder „Modi“): sei es Schrift, seien es Ausdrucksmittel des Raums (Nähe/Distanz, oben/unten), Licht, Farben, Vitrinen usw.
3. Ausstellungskommunikation ist raumbasiert. Das heißt nicht nur, dass der Ausstellungsraum durchschritten werden muss, wenn Ausstellungskommunikation stattfinden soll. Auch kann der Raum selbst „bedeutsam“ werden. Vieles, was früher durch das direkte Gespräch geleistet wurde (etwa die Erläuterung der Sammlung) wird heute durch raumbasierte Mittel wie Architektur, Ausstellungsdesign oder -texte vollzogen; und ein Schritt im Ausstellungsraum kann einen Schritt in der Zeit symbolisieren, den Übergang zu einem neuen „Ast“ einer Systematik oder das Eintreten in die symbolische Ebene einer Inszenierung.
4. Schließlich handelt es sich bei der Ausstellungskommunikation auch um einen Fall von Wissenskommunikation. Die Vermittlung von Wissen zum in der Ausstellung repräsentierten Fachthema ist in der gesamten Ausstellung als Orientierung sichtbar: in Übersetzungen von Fachbegriffen, Konkretisierungen durch Beispiele oder schon im Vorhandensein von Objektbeschriftungen.

Wie kann man diesen Typ von Kommunikation angemessen analysieren?

Ich möchte hier eine Analysemethode vorstellen, die davon ausgeht, dass der Ausstellungsraum als Lösung eines „kommunikativen Problems“ verstanden werden kann¹. Die Idee dafür stammt aus der Konversationsanalyse, einer soziologischen Strömung, die seit einigen Jahrzehnten Eingang in die Sprachwissenschaft gefunden hat². Mit dem „kommunikativen Problem“ ist keine ernsthafte Störung des Kommunikationsgeschehens gemeint. Im Gegenteil: Stellt sich ein kommunikatives Problem immer wieder, bildet sich eine Struktur aus, mit der das Problem routiniert (und meist unter der Aufmerksamkeitsschwelle) gelöst werden kann.

Die Analyse des kommunikativen Problems vollzieht sich in mehreren „Schleifen“: Ausgehend von der Beobachtung der kommunikativen Phänomene nimmt man eine erste Formulierung des Problems vor; dann verwendet man die Problemformulierung als eine Art Suchanweisung, um neue, gezieltere Beobachtungen machen zu können. Die helfen wiederum dabei, das Problem genauer zu formulieren.

Ausgehend von der Analyse einer Reihe von Ausstellungsräumen in verschiedenen naturwissenschaftlichen Museen habe ich das Problem, das der Ausstellungsraum löst, vorläufig so rekonstruiert: Wie kann man fachliches Wissen vermitteln, indem man es Menschen ermöglicht, ein spezielles räumliches Arrangement zu betrachten. Dieses Problem lässt sich in folgende Teilaufgaben untergliedern:³

- a) Markierung der Außengrenzen der Ausstellung: Es muss deutlich gemacht werden, was als Teil der Ausstellung angesehen werden soll und was nicht zur Konstruktion der Ausstellungsbedeutung herangezogen werden soll (Garderoben, Werkstätten, technischen Raumelemente usw.).
- b) Trennung von Figur und Hintergrund: Alles, was man im Museum wahrnehmen kann, kann Zeichen sein. Davon sind weder die Architektur (das Material der Wände einer Ausstellung) noch der Körper der Besucher ausgenommen (wie gesagt: selbst Bewegungen können im Museum zu Zeichen werden). Deswegen stellt sich im Museumsraum die Aufgabe zu markieren, was von dem Wahrnehmbaren als Zeichen wahrgenommen werden soll.
- c) Organisation von Bewegung und Wahrnehmung: Für die Bedeutungskonstruktion ist nicht unerheblich, von wo aus man ein Exponat betrachtet, was man dabei gleichzeitig sieht (z.B. ein Label) und was man schon gesehen und gelesen hat, bevor man zu dem aktuellen Exponat gelangt. Die Steuerung der Bewegungen der Besucher gehört deshalb zu den Grundaufgaben des Ausstellungsraums.
- d) Gliederung der Information: Der Museumsraum bearbeitet die Aufgabe, das komplexe raumgebundene Kommunikationsangebot der Museumsausstellung zu strukturieren, so dass die Ausstellung als Hierarchie, Neben- oder Nacheinander von Einheiten unterschiedlicher Größe erscheint.
- e) Vermittlung fachlicher Inhalte: Die bisher dargestellten Aufgaben sichern die Voraussetzungen für diese letzte Aufgabe, nämlich den Besuchern mit Hilfe des Raums und des in ihm Arrangierten wissenschaftliche Sachverhalte, Begriffe, Methoden usw. zugänglich zu machen.

Hat man die Elemente des Ausstellungsraums beschrieben, die diese Aufgaben bearbeiten, dann hat man



– das ist die grundlegende Idee des Verfahrens – einen systematischen Überblick über die Bedeutungspotenziale, die den Besuchern zur Verfügung stehen, wenn sie versuchen, aus dem im Raum Arrangierten Sinn zu machen und neues Wissen über das ausgestellte Fachthema zu erwerben.

Anhand von Fotos aus einer Ausstellung möchte ich jetzt skizzieren, welche Einblicke eine solche Analyse in das Funktionieren von Ausstellungskommunikation ermöglicht. Die Fotos stammen aus der Sonderausstellung „Massenaussterben und Evolution“ des Zoologischen und Paläontologischen Museums der Universität Zürich (3.11.2009–28.11.2010).⁴

Abb. 1 zeigt den Eingang zur Sonderausstellung: Welche Aufgaben werden hier durch den Raum und das darin Sichtbare und Lesbare bearbeitet?

Der Schriftzug „MASSENAUSSTERBEN“ (Abb. 1/ Ziffer 1) bearbeitet die Aufgabe der *Organisation von Bewegung und Wahrnehmung*. Seine Größe impliziert einen Betrachter, der sich (noch) fern von dem Durchgang zur Ausstellung befindet. Sie gibt einen ersten Hinweis darauf, dass es dort etwas zu sehen gibt (und die Vermittlung fachlicher Inhalte läuft an: ein globales Thema wird benannt). Durch seine beträchtliche Größe und die auffällige Gestaltung signalisiert der Schriftzug, dass es sich nicht um eine Überschrift unter vielen handelt, sondern um den Ausstellungstitel. Für die Bewegung



heißt das: Hier gibt es einen Anfang, hier beginnt eine sinnvolle Betrachtungseinheit. Auch der Durchgang (1/2) bearbeitet die Aufgabe der Organisation der Bewegung. Er ermöglicht den Zugang zu der Sonderausstellung, beschränkt aber den Blick in den Raum. Er „lockt“ die Besucher näher, indem er erkennen lässt, dass erst ein Nähertreten den vollen Blick auf die ausschnitthaft erkennbaren Objekte gestatten wird.

Der Schnurvorhang (1/3) ist vom Aspekt der Bewegungssteuerung her paradox. Einerseits wirkt er der Bewegung entgegen: Er dient als Projektionsfläche und (erkennbar in Abb. 2) als „Wand“ (2/1), die eine Vitrine (2/2) nach hinten begrenzt. Andererseits fordert er zu einem Hindurchgehen auf: Denn je näher man ihm kommt, desto klarer werden hinter ihm liegende Exponate erkennbar, die sich als Bewegungsziele ausweisen. Doch diese Bewegung wirkt als Überschreitung: Man stört die Projektion, die sich offensichtlich als Teil der Ausstellung ausweist (s.u. Figur und Hintergrund). Es bleibt die Wendung nach links oder rechts. Für die Wendung nach links spricht ein langgezogener Freiraum (2/3), den man auf dem Boden erkennen kann – ein möglicher Weg – sowie zwei Vitrinen (2/4, 2/5). Das Vorhandensein von Vitrinen „verspricht“, dass es hier etwas zu sehen gibt, und ihr Aufeinanderfolgen, dass das Betrachten von (2/4) nicht in einer Sackgasse enden wird.

Die Aufgabe der *Grenzziehung* wird teilweise von den gleichen Elementen im Raum geleistet. In Abb. 1

markiert der Schriftzug (1/1) auch eine Grenze „nach außen“, indem er als Titel auf die gesamte Sonderausstellung referiert. Die nur von dem Durchgang unterbrochene Wand macht ein zufälliges Betreten der Ausstellung unwahrscheinlich und macht das Betreten der Ausstellung von einer Bewegungsentscheidung abhängig: Nur wer dem Angebot der Überschrift folgt, wird in die Ausstellung gelangen. Aus der Ferne wirkt auch die senkrecht zur Bewegungsrichtung stehende, helle Fläche des Vorhangs (1/3) als Grenze. Als Grenzmarkierung wirkt auch der Wechsel des Bodenbelags: An die Stelle des üblichen Steinfußbodens (1/4) tritt ein Parkettboden (2/3). Auch wird die Sonderausstellung durch den konsequenten Ausschluss des Tageslichts und durch ein niedrigeres Beleuchtungsniveau vom Rest des Museumsraums abgegrenzt.

In Abb. 1 und 2 sieht man auch, wie *Figur und Hintergrund* geschieden werden. Die Zugehörigkeit zum Hintergrund wird durch Transparenz (das Glas der Vitrinen) oder gleichmäßige Farbflächen markiert (die schwarze Farbe der Wände und Podeste, die hellgraue oder braune Farbe des Bodens); der kommunikative Vordergrund dagegen durch bunte Farben (3-D-Balkendiagramm, 1/6), Bewegung (die Projektion wechselnder Bilder auf die Vorhangsfläche, 1/7) oder eine gezielte Spotbeleuchtung. Zur Scheidung von Figur und Hintergrund gehört auch die Identifikation von Exponaten: Die Anbringung in einer Vitrine oder die Platzierung auf einem Podest, die gezielte Beleuchtung und/oder die Anwesenheit von Schildern in Objektnähe weisen ein Objekt als Exponat aus. Die gleiche Funktion erfüllt der Freiraum auf dem Boden (2/3): Fehlt ein Freiraum, den man als sinnvollen Standpunkt für die Betrachtung des Objekts interpretieren kann, stellt das den Exponatcharakter infrage.

Die Aufgabe der *Gliederung von Informationen* wird hier beispielsweise durch die homogene Farbe und Helligkeit des schon analysierten Vorhangs geleistet: Alles, was auf dieser Fläche zu sehen ist (Schrift, Bilder) erscheint als Teil einer gemeinsamen informationellen Untereinheit. Gleiches leisten die Vitrinen (2/2, 2/4, 2/5); wobei die Vitrinenblöcke 4 und 5 noch einmal sichtbar in „Schichten“ untergliedert sind, die weitere thematische Untereinheiten nahelegen.

Schließlich wird in Abb. 1 und 2 die Aufgabe der *Wissensvermittlung* sichtbar bearbeitet: Die auf den Vorhang projizierten Bilder von Fossilien weisen auf das Thema der Ausstellung hin, ebenso die Schriftzüge „MASSENAUSSTERBEN“ sowie „Massenaussterben und Evolution“ (1/5). Die Verwendung von wissenschaftlichem Vokabular („...aussterben“, „Evolution“) sowie das 3-D-Balkendiagramm (1/6) lassen eine der Wissenschaftlichkeit verpflichtete Art der Themenbehandlung erwarten (Statistik!). In Abb. 2 dienen die in den Vitrinen arrangierten Fossilien, Vitrinenüberschriften wie „Vor 350 Mio Jahren“ (2/6, auf dem Foto



dig. Diese Drehung wird dadurch unterstützt, dass die Trennwand jeder „Schicht“ Durchblicke auf die Objekte erlaubt, die sich auf der Gegenseite befinden und die ganz gesehen werden können, wenn man die Drehung weiter mitmacht. Doch die Textstele (3/4), nahe der Wand, stoppt diese Bewegung. Während die versetzten „Schichten“ signalisieren „*Wer weiter herumgeht, sieht noch mehr!*“, signalisiert die Stele: „*Stehen bleiben (und lesen)!*“. Und während durch die einzelnen „Schichten“ die Zusammengehörigkeit aller Elemente einer Ebene signalisiert wird, zerschneidet die Stele diese Einheit: Ein Teil der gruppierten Objekte ist nur von der auf Abb. 3 und 4 erkennbaren Seite zu sehen, ein anderer Teil nur, wenn man die Stele umrundet hat.

schlecht lesbar), Textstelen (wie etwa 2/7) usw. der Vermittlung von Wissen.⁵

Die Aufgaben-Analyse des Ausstellungsraums erlaubt es, Stellen zu identifizieren, die potenziell zu Schwierigkeiten bei der Rezeption führen können: etwa weil bei der Bearbeitung einer Aufgabe widersprüchliche Hinweise gegeben werden oder weil sich zwei Aufgaben „ins Gehege kommen“. Das möchte ich abschließend an einem kurzen Beispiel verdeutlichen.

Abb. 3 zeigt einen der Vitrinenblöcke, wie wir sie schon auf Abb. 2 (Ziffern 4, 5) gesehen haben.

Die Tatsache, dass die Vitrinenüberschrift („Vor 65 Mio. Jahren“, 3/1) zum Betrachter zeigt, legt nahe, dass die Ausstellungsmacher mit dieser Betrachtungsposition gerechnet haben. Hier beginnt die Kontaktaufnahme mit dem Vitrinenthema. Die zu sehenden kleineren Objekte und Schriftblöcke organisieren die Bewegung: Sie „versprechen“ dem weitere Informationen, der näher herantritt. Der leere Raum (3/2) zwischen einem großen Podest (3/3) und dem Vitrinenblock ermöglicht die Annäherung und macht einen Schritt von der Raummitte nach rechts plausibel. Die Vitrine ist in mehrere sichtbare „Schichten“ untergliedert, die man als Bearbeitung der Gliederungs-Aufgabe verstehen kann (sie gruppieren Objekte, die etwas gemeinsam haben), und diese sind ihrerseits in Gruppierungen von Objekt und Label unterteilt, eine Unterteilung, die durch den größeren Abstand zur nächsten Gruppe ausgewiesen ist.

Betrachtet man den Vitrinenblock nun von oben nach unten, so wird durch die Drehung der einzelnen „Schichten“ eine Kreisbewegung nach rechts notwen-

Die Analyse von Abb. 3 und 4 hat sicher keine schlimmen Fehler aufgedeckt, die zum Scheitern der Ausstellungskommunikation führen. Es sollte lediglich gezeigt werden, dass die aufgabenbasierte Analyse Stellen in der Ausstellung identifizieren kann, wo gegenläufige Hinweise zu Irritationen führen können (soll ich lesen oder weitergehen?) oder wo die Bearbeitung widerstreitender Aufgaben zu Unsicherheiten bei der Interpretation führen können (was gehört hier zusammen?).

Mithilfe einiger Fotos habe ich zu zeigen versucht, welche Einsichten eine Ausstellungsanalyse erbringen kann, die von der Vorstellung ausgeht, dass die Ausstellung ein Problem mit „kommunikativen Aufgaben“ lösen muss.

Mit dieser Sicht scheinen mir drei nützliche Effekte verbunden zu sein.

Erstens umfasst Ausstellungskommunikation aus dieser Sicht mehr als Exponate und Texte. Viele andere Dinge erscheinen auf einmal als Teil der Ausstellungskommunikation und können nach ihren je spezifischen Leistungen für die Vermittlung von Fachwissen im Museumsraum befragt werden: Architektur (Wände, Durchgänge), Innenarchitektur (Fußböden, Vorhänge), Ausstellungshilfsmittel und ihre ganz konkrete Gestaltung (Vitrinen mit verdrehten „Schichten“). Dabei muss nicht *vor* der Analyse festgelegt werden, welche Dinge im Raum als Teil der Kommunikation betrachtet werden sollen. Denn das Prinzip, das die Beobachtungen organisiert und darüber entscheidet, welche Phänomene als Zeichen untersucht werden sollen, die Suche nach kommunikativen Aufgaben und ihrer Bewältigung durch den Raum, ist unabhängig davon, aus welchem

Material ein Zeichen besteht oder mit welchen Sinnen es wahrgenommen wird.

Zweitens ermöglicht diese Analyse die Integration des Ausstellungsdesigns in die Untersuchung der Ausstellungskommunikation. In der aufgabenzentrierten Analyse wird sichtbar, dass „Inhalte“ und „Form“ der Ausstellung nicht voneinander zu trennen sind. Beide werden nämlich unterschiedslos von den Besuchern daraufhin ausgewertet, welche kommunikativen Aufgaben sie bearbeiten, und beide werden zur Konstruktion der Ausstellungsbedeutung herangezogen.

Und schließlich: Rückt man die kommunikativen Aufgaben in den Vordergrund der Analyse, kann man beschreiben, wie verschiedene Elemente des Raums und der in ihm angeordneten Objekte, Texte usw. zusammenwirken oder aber gegeneinander arbeiten können. So erhält man ein Mittel in die Hand, das es nicht nur erlaubt, das Funktionieren der Ausstellungskommunikation theoretisch zu beschreiben, sondern ganz praktisch auch mehrdeutige oder widersprüchliche Stellen im Raum zu identifizieren und den Grund für die „Störung“ zu benennen, die von ihnen ausgeht.

Dr. Wolfgang Kesselheim
Deutsches Seminar Abteilung für Linguistik
Universität Zürich

Literatur

Kesselheim, W./Hausendorf, H. (2007): Die Multimodalität der Ausstellungskommunikation. In: Schmitt, R. (Hg.): Koordination. Zur Analyse multimodaler Interaktion. Tübingen: Narr, S. 339-375.

Kesselheim, W. (2009): Wissensvermittlung in der Museumsausstellung als Herausforderung für die Linguistik. In: Stenschke, O./Wichter, S. (Hg.): Wissenstransfer und Diskurs. Frankfurt a. M.: Lang, S. 245-266.

¹ Ausführlicher wird diese Analyse in Kesselheim/Hausendorf (2007) und Kesselheim (2009) vorgestellt.

² Vgl. Standbein Spielbein Heft 88, 2010, S. 60.

³ Diese Aufgaben sind in meinem Material aus einer naturkundlichen Ausstellung dominant. In anderen Ausstellungen können andere Aufgaben im Vordergrund stehen (Unterhaltung, Erzeugung einer ästhetischen Erfahrung). Welche das sind, ist in jedem Einzelfall empirisch zu klären.

⁴ Konzeption und Inhalte: H. Bucher, H. Furrer, M. Hautmann, Ch. Klug, M. R. Sánchez-Villagra; Leitung und Konzeption: M. Haffner, L. Tisamis, H. Götzmann; Grafik und Multimedia: C. Hundertpfund, E. Schmuki, K. Seiler, J. Stauffer, A. Wermuth; Museumspädagogik: S. Däner, U. Koller.



⁵ Diese Beobachtungen beleuchten nur einen minimalen Ausschnitt der Wissensvermittlung durch die Ausstellung. Gerade die Untersuchung der Vermittlungsaufgabe verlangt systematische sprachwissenschaftliche Analysen der sprachlichen und nicht-sprachlichen Vermittlungsstrategien, die hier nicht geleistet werden können.

Yvonne Dietz

Barrierefreiheit in Kultur und Freizeit. Nutzbarkeit von Museen für Seh- und Gehbehinderte im Vergleich

Leipziger Impulse für die Museumspraxis, Bd. 3; Verlag BibSpider 2010, 124 S., ISBN 978-3-936960-46-4, 24,- €

Dieses Buch stellt Gegebenheiten und Selbstbild von Kultur und Freizeiteinrichtungen in zwei Großstädten gegenüber: Eine Befragung der Verantwortlichen beleuchtet die Selbsteinschätzung der Behindertengerechtigkeit und die Wahrnehmung von Besuchern mit Behinderung; der Leistungstest wertet die hauseigenen Informationen sowie Testbesuche von Seh- und Gehbehinderten kritisch aus. Gelungenes und Verbesserungswürdiges, Wunschdenken und Kompromisse werden deutlich, aber auch ein typisches Niveau der Museen neben Theater, Kunsthalle oder Zoo. Absolute Barrierefreiheit für jede Art der Behinderung bleibt unerreichbar, dennoch zeigt sich Korrekturbedarf bei den realen Gegebenheiten wie bei den Selbstbewertungen. Die abgedruckten Leistungstest-Instrumente vereinfachen es, die eigene Einrichtung unter die Lupe zu nehmen.

Kim de Groot, Almuth Fricke (Hg.)

Kulturkompetenz 50+. Praxiswissen für die Kulturarbeit mit Älteren

Institut für Bildung und Kultur 2010, 156 S., ISBN 978-3-86736-319-8, 16,80 €

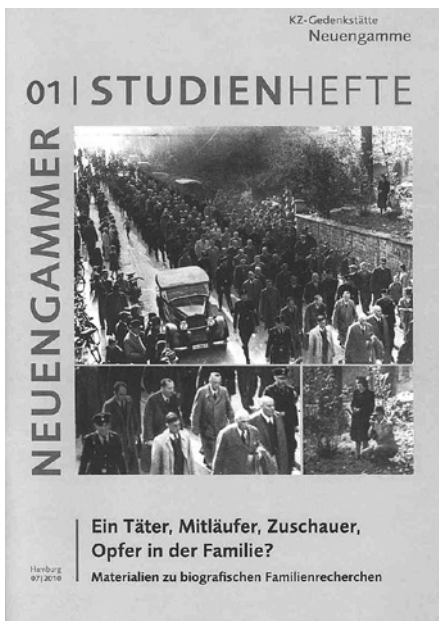
Nicht nur viele große Künstler sind bis ins hohe Alter als Maler, Literaten oder Musiker schöpferisch tätig. Auch für Menschen, die durch Kunst und Kultur nicht berühmt wurden, sind kreativ-künstlerische Ausdrucksformen im Alter sinngebend und zudem eine Möglichkeit zur gesellschaftlichen

Teilhabe und eine Bereicherung ihrer Lebensqualität. Das Handbuch möchte Wege zeigen, wie Kulturpraxis mit Älteren gelingen kann. Es gibt Tipps und Tricks an die Hand, um kreative Potenziale auch im Alter zu fördern. Im Überblick werden Besonderheiten, Interessen und Ansprüche der heterogenen Zielgruppe sowie ihre Lernvoraussetzungen, Motive und Barrieren von Kulturteilhabe beschrieben. Eine Vielzahl von Anregungen und Ideen helfen bei der Planung und Durchführung eines Kulturangebots für die Altersgruppe. Weiterhin kommen Fachleute aus der Kulturpraxis zu Wort und stellen ihre pädagogische Arbeit mit Älteren in einzelnen Kunstsparten und mit besonderen Zielgruppen vor.

Experimentelle Archäologie in Europa. Bilanz 2010

183 S., ISBN 978-3-89995-739-6, 18,80 €; Bestelladresse: Pfahlbaumuseum, Strandpromenade 6, 88690 Uhldingen-Mühlhofen, www.pfahlbauten.de

Durch eine Sonderausstellung vor 20 Jahren rückte die Experimentelle Archäologie erstmals in den Blickpunkt der Öffentlichkeit. Aus diesen Aktivitäten heraus entwickelte sich die europäische Vereinigung zur Förderung der Experimentellen Archäologie. Der vorliegende illustrierte Jubiläumsband enthält neue Ergebnisse zu den Versuchen der Archäologie, Funde und ihre Zusammenhänge besser zu verstehen und die Geschichte besser vermitteln zu können. Entstanden aus kleinen Anfängen und der Idee, zukünftig ungeklärte historische Prozesse und Technologien besser deuten zu können, ist die Experimentelle Archäologie schon heute unverzichtbarer Bestandteil der Altertumswissenschaften und über die Darstellung ihrer Ergebnisse auch immer wichtiger für die Museumspädagogik geworden.



Neuengammer Studienhefte 2010

2,50 € zzgl. Versand; Link zum Bestellformular: www.kz-gedenkstaette-neuengamme.de/?id=447

An der KZ-Gedenkstätte Neuengamme wurden zwei neue Reihen entwickelt: die Neuengammer Kolloquien und die hier vorgestellte Reihe der Neuengammer Studienhefte. Der 1. Band „Nationalsozialistische Germanisierungspolitik und ihre Folgen. Das Beispiel Slowenien“ dokumentiert die Ergebnisse der gleichnamigen Tagung und einer Ausstellungspräsentation vom Herbst 2009. Der 2. Band „Ein Täter, Mitläufer, Zuschauer, Opfer in der Familie? Materialien zu biografischen Familienrecherchen“, verfasst von Oliver von Wrochem und Ute Wrocklage, bietet Informationen und Hilfestellungen für Interessierte, die sich mit dem Verhalten ihrer Familienangehörigen im Nationalsozialismus auseinandersetzen.

J. Schlehe, M. Uike-Bormann, C. Oesterle, W. Hochbruck (Hg.)

Staging the Past. Themed Environments in Transcultural Perspectives

Transcript Verlag 2010, 274 S., ISBN 978-3-8376-1481-7, 30,80 €

Popular representations of history are taking on new forms and reaching wider audiences. The search for usable pasts is branching out into active appropriations of history such as historical theme parks, housing developments, and live-action role play. Drawing on themed environments across the continents, the articles in this volume focus on how these appropriations bypass, are different from, or even contradict traditional as well as scientific modes of disseminating historical knowledge. Bringing together theorists and practitioners, they provide the basis for an interdisciplinary as well as a transcultural theory of how pasts are staged in various social contexts. („Staging the Past“ ist die Dokumentation einer internationalen Tagung zum Thema Historisches Spiel, die 2009 in Freiburg stattfand; die Beiträge sind in Englisch verfasst.)

Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.)

Jahrbuch für Kulturpolitik 2010

Klartext Verlag 2010, 420 S., ISBN 978-3-8375-0471-2, 19,90 €

Kulturpolitische Diskussionen werden dann besonders vehement geführt, wenn es um die Schließung oder den Neubau von Kunst- und Kultureinrichtungen geht. Diese Institutionen bilden das Fundament unserer reichhaltigen Kulturlandschaft und ihr Erhalt stellt gleichzeitig eine der zentralen Herausforderungen für kulturpolitisches Handeln dar. Gegenwärtig steht diese kulturelle Infrastruktur vor allem wegen zwei Entwicklungen unter beson-

derem Druck. Zum einen zwingen die Schulden der öffentlichen Haushalte Kommunen, Länder und Bund als Träger und Förderer dieser Einrichtungen auch hier nach Einsparpotenzialen zu suchen, zum anderen übt die teilweise zurückgehende Nutzung der öffentlich getragenen Kunst- und Kultureinrichtungen einen erheblichen Legitimations- und Veränderungsdruck aus. Das Jahrbuch umfasst vier Themenblöcke: Im ersten geht es um theoretisch-konzeptionelle Begründungen der öffentlichen Verantwortung für die kulturelle Infrastruktur. Danach wird an drei Bundesländern, zwei ländlichen Regionen und einer Stadt sowie einigen Sparten exemplarisch untersucht, wie sich die kulturelle Infrastruktur und ihre Nutzung in den vergangenen zwei Jahrzehnten entwickelt haben. Es folgen Beiträge zur Entwicklung der kulturellen Teilhabe. Den vierten Teil bilden Artikel, in denen es um neue Ansätze zur Weiterentwicklung der kulturellen Infrastruktur geht.

Management und Praxis

Die Ordnung der Dinge

23. – 24. Mai 2011

Den Überblick zu bewahren ist bei der Verwaltung einer Museumssammlung eine der zentralen Aufgaben. Um sie zu erfüllen gilt es, alle Objekte zu erfassen, sie zu kennzeichnen und anschließend in geeigneten Depoträumen gemäß den konservatorischen Erfordernissen und jederzeit schnell auffindbar zu lagern. Wichtig bei der sachgerechten Erfassung ist daneben die Kennzeichnung der Objekte durch konservatorisch unbedenkliche, reversible Beschriftungen.

Information und Anmeldung:
Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern
Alter Hof 2, 80331 München
fon 089-210140-28
wolfgang.staebler@blfd.bayern.de

sehenswert. Über das Museum schreiben

17. – 19. Juni 2011, Schauplatz: Amsterdam (Exkursion)

Literatur, Theater, Musik, Film – all diese Sparten der Kultur werden von Kritikern in die Verantwortung genommen. Die Kunst, Museen mit der Waage des Feuilletons zu messen und zu bewerten, hat im deutschsprachigen Raum dagegen keine Tradition und Ausstellungskritik existiert – von wenigen Ausnahmen abgesehen – nicht. Dabei könnte sie Museumsverantwortlichen, Kuratoren und Gestalterinnen ein hilfreiches Instrument sein: Kritik legt Schwachstellen offen und weist auf kontraproduktive Tendenzen hin. Außerdem benennt sie Stärken, hebt Innovationen und paradigmatische Gestaltungspotenziale hervor.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel, fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Hineinlesen. Das Museum als Wissensraum

29. – 30. Juni 2011

Das Museum ist ein Speicher und Generator von Wissen. Es ist Schauplatz der Wissenschaft, Ort von Identitäts- und Orientierungswissen, von Sach- und praktisch-instrumentellem Wissen. Aus musealen Sammlungen, Präsentationsgeschichten und Organisationsstrukturen lässt sich die Geschichte der Wissenschaften im Kontext wechselnder Weltbilder und Denkmodelle rekonstruieren und die institutionelle Identität einer nie statischen Institution als Ort der Repräsentation, zwischen Tempel und Forum, zivilisierenden Ritualen und partizipativer Offenheit nachvollziehen. Ausgehend von der Ausstellung „Vermessung der Welt“ im Kunsthaus Graz begeben wir uns auf Spurensuche durch Sammlungen und Depots, historische Quellen und zeitgenössische theoretische Positionen, um den Wissensraum Museum in seinen diversen Facetten auszuloten.

Anmeldung und Information:
Museumsakademie Joanneum
Schloss Eggenberg,
Eggenberger Allee 90, A – 8020 Graz
Fon +43(316) 80179805
museumsakademie@museum-joanneum.at
www.museumsakademie-joanneum.at

Qualitätsentwicklung für Kommunikationsprozesse mit Besuchern

27. – 29. September 2011

Je nachdem, an welchen pädagogischen, psychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen und Theorien man sich orientiert, stehen Führungen in ihrer häufigen Umsetzung als „Vortrag im Gehen“ in einer heftigen Kritik. In der Veranstaltung werden den Teilnehmenden vielfältige Wege aufgezeigt, wie Führungen zielgruppengerecht und methodisch abwechslungsreich gestaltet werden.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle
Bildung e.V.
Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Gehört der Krieg ins Museum?

21. – 23. September 2011

Darstellungen von Krieg und Gewalt im Museum oszillieren meist zwischen der Faszination des Schreckens und seiner Instrumente einerseits und dem pädagogischen Impuls, Gewalt zu erklären und durch Deutung verarbeitbar bzw. vermeidbar zu machen. Den Grundfragen nach dem gesellschaftlichen und institutionellen Umgang mit Krieg und Gewalt müssen sich auch einschlägige Museen stellen. Gehört der Krieg tatsächlich ins Museum? Und wenn ja, mit welchen Zielen und Mitteln? Kann das Museum Banalisierung und Ästhetisierung, die Verwandlung von Gewalt, Tod und Trauma in Sehenswürdigkeiten vermeiden?

Anmeldung und Information:
Museumsakademie Joanneum
Schloss Eggenberg,
Eggenberger Allee 90
A – 8020 Graz
Fon +43(316) 80179805
museumsakademie
@museum-joanneum.at
www.museumsakademie-
joanneum.at

Museum + Konzept = Tauglich für die Zukunft

28. – 30. September 2010

Mit diesem Werkstattseminar bieten wir Ihnen die Gelegenheit, im drohenden Aktionismus inne zu halten und an einem langfristig tragfähigen Museumskonzept für das eigene Haus zu arbeiten. Dabei wechseln sich Input, praktische Arbeit und Austausch über eigene und fremde Strategien im Sinne kollegialer Beratung ab.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle
Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel, fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Die Klaviatur der PR vor, in und nach einer Krise

29. – 31. Mai 2011

Nach der Krise ist vor der Krise. Unter diesem Motto widmet sich die Werkstatt anhand von aktuellen Beispielen den Phasen der Krisen-PR und vermittelt Konzepte für Strategien in Krisen: Von der internen Informationspolitik über Absprachen mit Behörden, der Nutzung von Marktinteressen bis hin zur Aktivierung von Mitgliedern und Partnern.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle
Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Kritisch – aber verständlich! Basisseminar für Schreibwillige im Kunstbetrieb

15. – 16. September 2010

Aufgrund der ästhetischen Indifferenz, welche die postmoderne Kultur in den Künsten hinterlassen hat, stellt sich u.a. die Frage, welche Rolle die Kunstkritik in den Künsten spielen könnte oder spielen sollte. Wir reden in diesem Seminar darüber, wie eine sachgerechte und verständliche Kunstkritik aussehen könnte. Dafür sehen wir uns beispielhaft veröffentlichte Kritiken an und besprechen in einer weiteren Phase des Seminars Texte der Teilnehmer.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle

Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Markt und Ökonomie

Strukturen und Strategien angewandter Kooperationsmodelle in der kulturellen Bildung

19. – 21. August 2011

Wenn diese beiden Institutionen zusammengehen, können Schule und Museum neue attraktive und geradlinige Wege für die kulturelle Bildung erschließen. In diesem Seminar werden wir Sie deshalb mit den Grundlagen der Kooperationsmöglichkeiten bekannt machen. In einem weiteren Schritt geht es um die Frage, wie und was Museum lehrt und lehren kann und welche Möglichkeiten dort bestehen, an die Form der schulischen Praxis anzudocken.

Anmeldung und Information:
Bundesakademie für kulturelle
Bildung e.V., Postfach 1140
38281 Wolfenbüttel
fon 05331-808415
e-mail post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

tagen und versammeln

Weltbaukasten Museum – in der museologischen Werkstatt

13. – 20. August 2011

Die 13. Sommerakademie beschäftigt sich mit dem Museum als eine Art Baukasten, um Weltbilder zu konstruieren und Welterfahrung zu vermitteln, als ein Instrument, um die Welt zu begreifen und von ihr ergriffen zu werden. Zivilisierend und bildend dient das Museum der Verständigung über Geschichte, Identität, über Herkunft und Zukunft, Kultur und Natur, und nimmt damit und in der Art und

Weise seiner Vermittlung eine eminente gesellschaftspolitische Rolle ein. Dieses Verständnis verleiht dem Museum und den in ihm Arbeitenden ein großes kreatives Potenzial, das in der Sommerakademie ausgetestet werden wird. Sie ist als Wahrnehmungsschule und Museumswerkstatt angedacht, in der unterschiedlichste Arbeitsmethoden genutzt und eine neue Stufe reflektierter Museumspraxis erreicht werden kann.

*Anmeldung und Information:
Museumsakademie Joanneum
Schloss Eggenberg,
Eggenberger Allee 90
A – 8020 Graz
Fon +43(316) 8017 9805
museumsakademie
@museum-joanneum.at
www.museumsakademie-joanneum.at*

Kultur- und Museumsmanagement bei transcript



2011, 304 S., kart., zahlr. Abb.,
29,80 €
ISBN 978-3-8376-1530-2

Doris Harrasser, Karin Harrasser,
Stephanie Kiessling, Karin Schneider,
Sabine Sölkner, Veronika Wöhrer

Wissen Spielen

Untersuchungen zur Wissensaneignung
von Kindern im Museum

Dieser Band geht den Fragen nach, wie Wissenschaft in musealen Arrangements präsentiert wird: Wie lernen Kinder im Museum und welche Rolle spielen dabei Zuschreibungen von Geschlecht? Wie können vielfältige Sinneseindrücke und interaktive Elemente helfen, Kindern ein lebendiges Wissen zu vermitteln?



2009, 206 Seiten, kart., zahlr. Abb.,
23,80 €,
ISBN 978-3-8376-1084-0

Hannelore Kunz-Ott, Susanne Kudorfer,
Traudel Weber (Hg.)

Kulturelle Bildung im Museum

Aneignungsprozesse
Vermittlungsformen
Praxisbeispiele

»Das Buch ist spannend zu lesen durch einen ausgewogenen Mix von Forschungsergebnissen aus der Wissenschaft [...], von unterschiedlichen Vermittlungsformen in deutschen Museen und solchen aus dem benachbarten Ausland [...] sowie von einer Fülle von Praxisbeispielen aus den verschiedenen Museumssparten«. (D. Dennert, Standbein Spielbein, 86/2010)

www.transcript-verlag.de

Museen und Kindergärten – Das BVMP-Projekt 2010 in Kürze

Museen als faszinierende, anregende und nicht zuletzt rundherum bildende Orte erleben – das ist auch Kindergartenkindern möglich.

Dieser Überzeugung folgend, arbeiteten von Juli bis Dezember 2010 der BVMP und bundesweit sieben kooperierende Museen¹ im Projekt „Museen und Kindergärten“ zusammen. Für die Durchführung des Projektes erhielt der BVMP erstmalig eine Förderung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

Warum dieses Projekt?

1. *Museen und Kinder haben etwas gemein: Das Interesse an den Dingen!*

Museen arbeiten stets mit konkreten Objekten. Dies kommt der kindlichen Art und Weise, sich die Welt zu erschließen, sehr entgegen. In der Beschäftigung mit den (Museums-)Objekten erhalten Kinder die Gelegenheit, Wissen über die Welt zu erwerben und ganz nebenbei übergreifende Kompetenzen zu entwickeln, die auch in den Bildungs- und Erziehungsplänen genannt sind.

2. *Bildungs- und Erziehungspläne*

Auf Grundlage des 2004 verabschiedeten „Gemeinsamen Rahmens der Länder für die frühkindliche Bildung in Kindertageseinrichtungen“² haben alle Bundesländer „Bildungs- und Erziehungspläne“ erstellt.³ Sie sind die Richtschnur für Kindertageseinrichtungen und formulieren deren erweiterten Auftrag, nicht mehr „nur“ Erziehungs-, sondern auch Bildungseinrichtungen zu sein. Einige Bildungspläne nennen ausdrücklich den Besuch von Museen!

Was sollte erreicht werden?

Auf die Arbeit mit dieser Zielgruppe sollten wir MuseumspädagogInnen noch besser vorbereitet sein⁴, denn: Eine interdisziplinäre wissenschaftliche Grundlegung oder eine fundierte und allgemein akzeptierte Praxis der frühkindlichen Bildung in Museen sind erst im Entstehen begriffen. Dies

voranzubringen war Hauptziel des Projektes. In Anbetracht der kurzen Laufzeit von sechs Monaten konzentrierte sich das Projekt auf die Erarbeitung und Publikation einer Kartei mit übertragbaren museumspädagogischen Methoden und einiger grundlegender Texte.

Wie sehen die Erfahrungen für die museumspädagogische Arbeit mit jüngeren Kindern aus?

Als durchgängiges Leitprinzip der aktuellen Pädagogik(en) ließ sich die konstruktivistische Auffassung von Bildung ausmachen. Ihr zu Folge ist Bildung stets Selbstbildung, indem das Individuum Einflüsse und Anregungen von außen aufnimmt und in sein vorhandenes Netz aus Wissen, Kompetenzen, Fähigkeiten etc. einbaut. In der Konsequenz heißt das, dass wir andere nicht „bilden“ können, wir nur möglichst optimale Anregung und Begleitung auf diesem Weg bieten können.⁵ Vor diesem Hintergrund sind die 73 Methodenkarten der Website zu lesen und die Projekterfahrungen zumindest in Grundlinien zu umreißen:

- *Lassen Sie sich und den Kindern Zeit, Zeit, Zeit...:* Die wohl größte Erkenntnis für alle Projektbeteiligten war, dass „weniger“ in der Arbeit mit Kindergartenkindern noch „viel mehr“ ist, als in der Arbeit mit anderen Zielgruppen. Lassen Sie sich selbst – das ist ja meist das Schwierige – und damit den Kindern Zeit, die Selbstbildungsprozesse zu durchlaufen.
- *Aufmerksamer und kindzentrierter Dialog:* Emotionaler wie inhaltlicher Anker und Rahmen museumspädagogischer Arbeit mit jüngeren Kindern ist der Dialog. Wie die zahlreichen Erprobungsveranstaltungen gezeigt haben, ist es sehr wichtig, den Kindern aufmerksam und offen zuzuhören. Aus den so gewonnenen Informationen über Kenntnisse der Kinder, ihre Emotionen und Interessen ist dann der weitere Verlauf der Veranstaltung zu entwickeln: Teilnehmer- bzw. Besucherorientierung par excel-

lence ist hier gefordert! Indem Sie an den Punkten anknüpfen, die den Kindern bekannt und präsent sind, ermöglichen Sie ihnen das Einsteigen in einen Lernprozess.

- **Konkrete Objekte provozieren konkrete Fragen:** Gerade für jüngere Kinder werden Objekte und ihre Kontexte verständlich, wenn sie sie mit Dingen in Beziehung setzen können, die sie bereits kennen. Die konkreten Objekte provozieren konkrete Fragen und Vermutungen bei den Kindern, die wiederum Aufhänger weiterer gemeinsamer Überlegungen sind. So können sich die Kinder auf der Grundlage ihrer bisherigen Erfahrungen Neues aneignen.
- **Anschaulichkeit:** Da das Verstehen und Begreifen im wörtlichen Sinne auch über das Be-Greifen läuft, stehen „klassische Museen“ – weit stärker z.B. als Kinder- und Jugendmuseen – vor einer doppelten Herausforderung: Einerseits den Kindern gerecht zu werden, andererseits die ihnen anvertrauten Objekte zu schützen und zu bewahren. So ist für die Arbeit mit jüngeren Kindern ein möglichst zu den musealen Themen und der Lebenswelt der Kinder passender Fundus von Nachbildungen, Materialien und eventuell auch Original-Objekten von unschätzbarem Wert. Diese können während der Führungen von allen Kindern befühlt, beäugt, betrachtet, beschnuppert, beschrieben, zuweilen gar verkostet oder gehört werden.
- **Experimentelle Elemente:** Experimente faszinieren Kinder – wobei ein Experiment nicht immer aufwendig im Labor stattfinden muss, sondern durchaus in einem Museumsraum mit ein paar „passenden“ Gegenständen und Materialien erfolgen kann. Entscheidend ist, dass die Dinge von den Kindern in einen sinnvollen Zusammenhang mit den betrachteten Exponaten oder dem Thema zu bringen sind. Auch muss die Auseinandersetzung mit den Materialien und Gegenständen das Potenzial haben, die Kinder eine eigene Erkenntnis gewinnen zu las-

sen. Denn auch hier gilt: Was man sich selbst erschließt, bleibt eher haften!

- **Eigenes (kreativ-künstlerisches) Tun:** Gleiches gilt für das kreativ-künstlerische Schaffen, ja überhaupt für jegliche Art von „Schaffen“, da das Schaffen auch eine Form der Verarbeitung von Eindrücken ist.
- **Ganzheitlichkeit und Handlungsorientierung:** Um den individuellen Lernwegen der Kinder gerecht zu werden, bietet sich der Einsatz von unterschiedlichen Zugangsweisen an. Objekte können pantomimisch, tänzerisch, lautmalerisch, gesanglich, musikalisch, zeichnerisch oder mit Unterstützung unterschiedlicher Materialien erfasst, untersucht und interpretiert werden. Dies zeigen auch die 73 Vorschläge unserer Methodenkartei, die Sie auf Ihren konkreten Kontext übertragen können.

Hier finden Sie die Projekt-Ergebnisse

Die Projektergebnisse stehen allen Museums-KollegInnen, aber auch Eltern, ErzieherInnen und anderen Interessierten unter www.museen-und-kindergaerten.de zur Verfügung. Hier können Sie die 73 Methodenkarten nach diversen Kompetenzbereichen und Methodenkategorien recherchieren, Sie finden die Projektbeiträge der sieben beteiligten Museen, den grundlegenden Text Frühkindliche Bildung im Museum und weitere Texte sowie eine umfängliche Literaturliste, die auch Titel diverser Bezugsdisziplinen berücksichtigt. Sämtliche Dateien können kostenlos heruntergeladen werden.

Resonanz? – Wie geht es weiter?

Die Projekt-Website ist seit Sylvester 2010 online und hatte in den ersten neun Wochen knapp 1.600 Zugriffe mit fast 10.000 Seitenbesuchen. Auch die Resonanz auf die Pressemeldung war sehr positiv: Es gab einige Anfragen nach Artikeln für Fachzeitschriften und -Portale und sogar Kooperationsangebote.

Die sehr positiven Reaktionen haben den BVMP darin bestärkt, das Thema weiterzuerfolgen. Wann und unter welchen Bedingungen dies möglich sein wird, wird zurzeit geklärt.

Karin Schad M.A.
(Karin Schad leitete das BVMP-Projekt „Museen und Kindergärten“. Kontakt: post@museen-und-kindergaerten.de; www.museen-und-kindergaerten.de)

¹ Im Projekt „Museen und Kindergärten“ wirkten unter der Leitung des BVMP zusammen: das Badische Landesmuseum Karlsruhe, das Hessische Landesmuseum Darmstadt, die Klassik-Stiftung Weimar, das Kunstmuseum Bonn, das Ostpreußische Landesmuseum Lüneburg, das Textil- und Industriemuseum Augsburg, das Zeppelin-Museum Friedrichshafen – jeweils in enger Kooperation mit ErzieherInnen bzw. Kindergärten, zuweilen auch mit Aus- bzw. Fortbildungseinrichtungen für ErzieherInnen oder Hochschulen vor Ort. Allen Kolleginnen und Kollegen sei an dieser Stelle nochmals ganz herzlich für ihr Engagement gedankt!

² Der Rahmenplan kann heruntergeladen werden unter http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2004/2004_06_04-Fruhe-Bildung-Kitas.pdf [letzter Zugriff 9.3.2011]

³ Der Deutsche Bildungsserver bündelt sämtliche Bildungspläne der Länder unter <http://www.bildungsserver.de/zeigen.html?seite=2027> [letzter Zugriff 9.3.2011]

⁴ Wenn es auch vereinzelt KollegInnen gibt, die mitunter schon seit Jahren erfolgreich mit jüngeren Kindern, Kindergärten, Familien arbeiten.

⁵ Vgl. hierzu und zu einigen anderen Grundlinien den Beitrag auf der Projekt-Website: Mila Ruempler-Wenk: Frühkindliche Bildung im Museum. 2010. <http://www.museen-und-kindergaerten.de/texte/frühkindliche-bildung-im-museum/>, S. 33ff. [letzter Zugriff 9.3.2011]

Interaktive Stationen zur Ausstellung „Mythos Burg“ im Germanischen Nationalmuseum 2010

Die Überzeugung, dass – unabhängig von Thematik und Zielpublikum – Interaktives eine Ausstellung grundsätzlich bereichern und deren Erfolg steigern kann, hat sich inzwischen in den Köpfen mancher Ausstellungsmacher



durchgesetzt.

Auch zur Ausstellung „Mythos Burg“ im Germanischen Nationalmuseum hat das Kunst- und Kulturpädagogische Zentrum der Museen in Nürnberg (KPZ) wieder drei interaktive Stationen beigetragen. Die Ausstellung war objektreich und belegte zwei große Ausstellungshallen. Mit ihren Video- und Filmstationen, ihren Burgenmodellen und einem großen Burgenbaukasten war sie publikumsfreundlich angelegt. Die zusätzlichen interaktiven Stationen sollten verstreut thematisiertes zusammenfassen, bzw. veranschaulichen, was durch die präsentierten Objekte schwer zu vermitteln war.

Schon in der Vorbereitungsphase wurde geplant, den Umgang der Be-

sucher speziell mit einer der drei interaktiven Stationen zu beobachten. Diese Station soll im Folgenden näher beschrieben werden.

Klischees über Burgen und ritterliches Leben

Beabsichtigt war, in Kurzform mit gängigen Klischees, verbreiteten Irrtümern und arg vergrößerten Vorstellungen von Burgen und dem Leben ihrer Bewohner aufzuräumen. Auf einem rot ausgekleideten Sockel lagen 27 Karten, die auf der einen Seite einen Gegenstand abbildeten, auf der anderen Seite einen kurzen Text in roter Schrift aufwiesen. Die abgebildeten Gegenstände irritierten, da sie uns eher aus dem gegenwärtigen Alltag bekannt sind: Wasserwaage, Büroklammern, Herrenpantoffel, ein Schweizer Taschenmesser. Sie schienen hier nicht am rechten Platz zu sein. Diese „positive Störung“ war beabsichtigt.

Der Text auf der Rückseite der Fotos erklärte nicht und klärte nicht auf. So stand beispielsweise auf der Karte mit dem aufgeklappten Schweizer Taschenmesser: *„Übrigens: Mittelalterliche Burgen erfüllten vielfältige Funktionen. Sie waren Wohnstätte, Festung, Herrschaftssymbol, Verwaltungs-, Wirtschafts-, Gerichts- und Vorratzszentrum sowie Beobachtungsposten.“* In vergnüglicher Weise konnte der Besucher so den Zusammenhang zwi-

schen Bild und Text „enträtseln“. Das Wörtchen „Übrigens...“, das jeden Text einleitete, hatte den Charakter einer Richtigstellung. Es nahm ein gängiges Klischee vorweg, legte es dem Besucher quasi in den Mund.

Der Sockel mit den Karten fiel optisch und durch seine Platzierung nicht ins Auge. Er bot dem Besucher auch keine Möglichkeit, virtuelle Bilder abzurufen und lockte nicht mit technischen oder elektronischen Reizen. Das „Spielmaterial“ war ohne großen handwerklichen Aufwand, aus traditionellem Werkstoff hergestellt. Die Gegenstände auf den Fotos waren in Schwarz-Weiß. Trotzdem wurde die Station (so wie die beiden anderen auch) gut frequentiert. Die Beobachtungen zeigten, dass die Station ebenso wahrgenommen oder übersehen wurde wie alles andere in der Ausstellung. Besucher mit Audio-Guide schenken der Station im Allgemeinen weniger Aufmerksamkeit.

Ein paar Zahlen

Um eine Vorstellung von der Frequentierung der Station zu geben, hier ein Beispiel: Werktag, Anfang September, also noch in der Ferienzeit, von 11 bis 12 Uhr. Zu dieser Zeit war die Ausstellung sehr gut besucht.

Von 60 Besuchern (alle Altersgruppen), die an dem Sockel vorbeigingen beachteten 32 die Karten überhaupt nicht, nahmen 7 die Station ins Visier, nahmen aber keine Karte in die Hand, beschäftigten sich 21 mit den Karten.

Von diesen 21 Besuchern haben: 5 alle/fast alle Karten in die Hand genommen, betrachtet und gelesen; 13 etliche Karten, 3 nur eine Karte. Darunter waren: 5 Kinder, 1 Jugendlicher, 12 Erwachsene, 3 Senioren. In folgender Gruppierung: 7 einzelne Erwachsene, 1 Jugendlicher, 1 Erwachsener mit zwei Kindern, 3 Senioren mit je einem Kind, 2 Paare Erwachsene.

Fazit

Wenn Zahlen etwas aussagen, muss in unserem Fall die Schlussfolgerung heißen, dass wir im Bemühen um solche Ausstellungsbeiträge nicht nach-



lassen sollten. Und das aus zwei Gründen: Zum einen ist es uns gelungen, einen großen Teil der Besucher neugierig zu machen und zu eigener Aktion herauszufordern. Zum anderen war aber auch distanzierteres, vorsichtigeres Verhalten zu beobachten. Anstatt die Dinge in die Hand zu nehmen, wurden sie nur betrachtet oder ganz ignoriert. Das heißt, der Besucher hat sich solche Erfahrungsmöglichkeiten in Ausstellungen noch nicht zu Eigen gemacht. Ein angestrebtes Ziel könnte es sein, den Besucher soweit zu „erziehen“, dass er Interaktives als Selbstverständlichkeit einfordert.

Lioba Pilgram, KPZ
Geschäftsstelle:
Germanisches Nationalmuseum
Kartäusergasse 1
90402 Nürnberg
www.kpz-nuernberg.de

Einblicke aus den USA und Großbritannien: Kultur- und Naturinterpretation

Während die Kultur- und Naturinterpretation im deutschsprachigen Raum noch weitgehend unbekannt ist, gilt sie in Nordamerika und Großbritannien schon seit Jahrzehnten als der Schlüssel, um Museen und Kulturstätten Besuchern zugänglich zu machen.

Die dortigen Berufsverbände beschreiben die Interpretation dann auch als Kommunikationsprozess, der Besucher darin unterstützt, eine bedeutungsvolle Verbindung herzustellen zwischen ihren eigenen Leben und etwa den Objekten einer Ausstellung. Von den „Interpreten“ wird damit eine entsprechende museums- und kulturstättenpezifische Kommunikationsausbildung erwartet. Diese umfasst neben der Planungspraxis und Medienkunde mittlerweile auch Aspekte des Community Engagement, also des aktiven Einbeziehens der Anwohner und Interessengruppen, und des nachhaltigen Kulturmanagements, um die Zielsetzungen der Denkmal- und Naturschutzgesetzgebung erfolgreich umzusetzen.

Die meisten Behörden und Institu-

tionen sind bestrebt, Projekte wie etwa ein neues Besucherzentrum von der Interpretationsplanung leiten zu lassen. Wo möglich, wird etwa ein Architekt erst nach dem Erstellen des Interpretationsplanes berufen, um zu gewährleisten, dass die Architektur die Interpretation und damit ein hervorragendes Besuchererlebnis fördert. Während die fachspezifische Forschung selbstverständlich von den jeweiligen Experten durchgeführt wird, ist der Brückenschlag zum Besucher die Aufgabe des Interpreten. Dazu gehört zunächst sicherzustellen, dass Interessengruppen und ihre Ansichten in der Planung berücksichtigt werden. Der philosophische Ansatz hinter dieser verstärkt öffentlich geförderten Herangehensweise ist, dass Kultur und Kulturerbe ein Bestandteil des täglichen Lebens sind und bleiben sollen.

Im nächsten Schritt muss der Interpret dann aus der Fülle von Fakten jene zu einer sinnvollen Geschichte verknüpfen, die die Bedeutung etwa eines Naturschutzgebietes am besten hervorheben. Tatsächlich war dies eines der sechs Prinzipien der Interpretation, die der anerkannte Vater der Disziplin, der amerikanische Journalist Freeman Tilden, festschrieb. Bereits vor sechzig Jahren erkannte Tilden, was Studien mittlerweile belegen: Rein faktische Information ist für durchschnittliche Besucher bedeutungslos. Tilden warnte vor der Gefahr, dass damit auch das Museum, die Kulturstätte, der Naturpark bedeutungslos werden.

Für die Interpretation geht es deshalb neben der wohl begründeten Auswahl der zu vermittelnden Inhalte auch darum, das für die jeweilige Geschichte und ihr Zielpublikum passende Medium zu finden. Interpreten berücksichtigen dabei Dinge wie maximale Wortzahl, thematischer Aufbau und intuitive Illustrationen als auch die Intensität einzelner Ausstellungsbereiche, die Anwendung verschiedener Lerntheorien und Interaktivität. All dies dient zur erfolgreichen Umsetzung der Zielsetzungen, die bereits zu Beginn der Interpretationsplanung klar formuliert wurden.

Dies sind Lernziele, aber auch Emotionen und angestrebte Verhaltensänderungen und natürlich die Bedürfnisse der jeweiligen Institution und des täglichen Managements. Die Erreichung dieser Ziele werden von guten Interpreten dann auch quantitativ und qualitativ geprüft, und zwar sowohl vor, während und nach der Umsetzung des Interpretationsplanes.

Vor allen Dingen in Großbritannien ist deutlich, dass Manager und Gesetzgeber ihr Augenmerk immer stärker auf die Interpretation als den entscheidenden Hoffnungsträger in Zeiten schwindender Fördermittel richten. Gute Interpretation stellt sicher, dass eine Kulturstätte oder ein Museum relevant und lebendig bleiben für die, deren Unterstützung unabdingbar ist: die Interessengruppen und Besucher.

Nicole Deufel
nicole@steminterpretation.co.uk

Blick über den Tellerrand für Kindergartenkinder: Ein Projektkoffer stellt sich vor

Wie im aktuellen Heftbeitrag von Uta Piereth „Blick über den Tellerrand: Alte Keramik ungewöhnlich vermittelt“ bereits erwähnt, gibt es im Museum Deutscher Fayencen in Schloss Höchstädt nicht nur eine eigene, sogenannte Kinderspur, innerhalb derer einzelne Stationen bereits Kindergartenkinder zum Fühlen und Experimentieren einladen. Es gibt auch innovatives Material speziell für Kindergärten: einen Projektkoffer mit altersgerechten Einheiten rund um das Thema Fayence. Der Projektkoffer bietet den Erzieherinnen und Erziehern eine neue Art Hilfestellung und ermöglicht auch jüngeren Besuchern einen Blick über den Tellerrand. Der „Projektkoffer“ ist eine Ideenbox im Din A4-Format, die Anregungen und konkrete, beispielhaft in Zusammenarbeit mit Erzieherinnen und Grundschullehrerinnen erarbeitete museumspädagogische Einheiten enthält. Diese sind an Themenkomplexe und Lernziele im Kindergartenalter angeknüpft. Zunächst

▼ Für feine Gäste wird eine Tafel festlich wie im Barock gedeckt. Spiegel und Magnet unterstützen den kindlichen Arbeitseifer.

sind sie zwar eng mit einem Museumsbesuch verzahnt, gestatten aber auch völlig unabhängig davon über den Alltagsgegenstand „Keramik“ spannende Abenteuer zu Kunst und Leben im Zeitalter des Barock.

Der Projektkoffer enthält neben allgemeinen Informationen zu Schloss und Museum je eine Scherbe aus Porzellan und Fayence sowie eine Fayenceprobe „glasiert und unglasiert“ zum Fühlen, Betrachten und Aufspüren von Unterschieden. Außerdem ist im Koffer eine CD zu finden, die alle Texte als pdf-Datei, eine Abbildungsauswahl von Fayenceobjekten für Beamer-Präsentationen oder zum Ausdrucken, Spieleseiten für die Vor- oder Nacharbeit und sieben besonders für Kindergartenkinder geeignete Hörspiele im wav-Format zum Überspielen auf eine Audio-CD enthält. Diese sehr märchenhaften Hörspiele wurden von Drittklässlern im Rahmen eines Pilotprojekts mit dem Bayerischen Rundfunk zu ausgewählten Fayenceobjekten produziert und sind in einem Raum des Museums über Kopfhörer zu hören. Der Koffer enthält die museumspädagogischen Einheiten, eine kurze Einführung und Erläuterungen von Fachbegriffen auch in ausgedruckter Form (ca. 80 Seiten). Die in Pilotprojekten erprobten, museumspädagogischen Einheiten sind sieben Themengebiete

wie z.B. „Rund um den Ton“ oder „Im Reich der Köche“ zugeordnet. Zu jedem Thema haben wir durchschnittlich drei Projektideen im zeitlichen Umfang von maximal einer Stunde ausgearbeitet. Sie können miteinander kombiniert zu Projekttagen erweitert werden und Einblicke in das Alltagsleben „von Prinzen und Prinzessinnen“ vermitteln. Gerade durch den Gegensatz „früher – heute“ werden viele alltägliche Aspekte für Kindergartenkinder leichter verständlich: Warum essen und trinken wir aus Keramikgefäßen? Wie wurden diese hergestellt? Wie deckte man den Tisch? Was aßen die Menschen früher und war das gesund? Wie haben sie sich gewaschen und wie schön gemacht? Wie entzündete man Feuer und wie machte man Licht? Diesen und vielen Fragen mehr kann man mit dem Projektkoffer nachgehen. Jede Projektidee gliedert sich jeweils in eine kurze Beschreibung der Einheit im Museum und der dazugehörigen praktischen Arbeit mit Angaben über Altersschwerpunkt, Material, Kosten und Zeitumfang. Ebenso finden sich Tipps für Alternativen und/oder Ergänzungen sowie leicht erschließbares Hintergrundwissen für die Erzieherinnen und Erzieher, das in der Regel eine, höchstens jedoch drei Seiten umfasst. Außerdem sind passende Rätselgeschichten, Märchen,

Gedichte, Lieder, Spiele, Rezepte und Abbildungen beigelegt, so dass die Betreuer bis auf die Bastelmaterialien alles notwendige Material griffbereit haben. Die einzelnen Projekte versuchen mit unterschiedlichen Zugängen das Thema Fayenzen zu erschließen: unter anderem über naturwissenschaftliche Experimente, Bewegungs- oder Sprachspiele, künstlerisch-kreative Umsetzungen und alle Sinne.

Unser Anliegen ist es, Erzieherinnen und Erziehern Materialien an die Hand zu geben, die ihnen helfen – ohne Begleitung durch einen der Kindern fremden Museumspädagogen und großen Vorbereitungsaufwand – mit den Kindern in einem zeitlich und inhaltlich individuellen Rahmen das Museum zu erobern und so direkt an die Bedürfnisse ihrer Gruppe anzuknüpfen.

Wollen Sie den Koffer ausprobieren? Er kann persönlich, telefonisch oder per Mail im Museum gegen eine Kautionshöhe von 10,- € angefordert werden. Eine Zustellung auf dem Postweg ist möglich.

Kreative Umsetzungen zu den Kunstwerken aus dem Fayencemuseum können in das Internetprojekt „Fayenzen verleihen Flügel“ (<http://www.schloss-hoehstaedt.de/deutsch/kinder/kreativ/index.htm>) eingebunden und so nicht nur zu einer öffentlichen kleinen Ausstellung der eigenen Werke werden, sondern auch anderen Lust auf mehr machen – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt!

Tanja Kohwagner-Nikolai
info@tanjakohwagner-nikolai.de

Weit weg vom Kleben und Basteln

Die Stiftung Genshagen regt europäischen Dialog zur Kunstvermittlung an

Fachtagung vom 13. - 15. Oktober 2010 im Schloss Genshagen

Wer im Museum „Monster“ schreit und dabei auf eine Statue zeigt, die ein Bildungsbürger als künstlerisch wertvoll erkennt, wird rausgeschmis-



sen. Wahrscheinlich nicht nur, wenn er in ein britisches Museum geht und Kind ist. Aber dann auf jeden Fall. So passierte es einer Journalistin, die zusammen mit ihrem Kind im Museum war und die Begebenheit mit einer Mischung aus Wut und Erstaunen in der Londoner Zeitung „Guardian“ beschrieb. Dort las sie Graham Black und war ebenso wütend. Denn Black, britischer Museumsberater und Dozent für „Public History and Heritage Management“ an der Nottingham Trent University, England, wirbt für ein Museum, in dem nicht nur das Fotografieren erlaubt ist, sondern das seine Besucher als eine „Gemeinschaft von Nutzern“ begreift, familienfreundlich ist und sein Ziel darin sieht, „ein Ort im Herzen der Gemeinschaft zu werden“.

Graham Blacks Geschichte vom störenden Kind im Museum, die in Abwandlungen jeder kennt, der mit Museumsarbeit zu tun hat oder schon einmal mit Kindern im Museum war, berichtete der Brite auf der Tagung zur „Kunst der Vermittlung – Vermittlung der Kunst. Plattform Museum“, die Mitte Oktober in Genshagen bei Berlin stattfand. Eingeladen hatte die „Stiftung Genshagen, Berlin-Brandenburgisches Institut für Deutsch-Französische Zusammenarbeit in Europa“, die ihre Hauptaufgaben in der Kunst- und Kulturvermittlung sowie im „Europäischen Dialog“ zwischen Politik und Zivilgesellschaft sieht.

Was Graham Black so schön wie allgemein formulierte, hat in der täglichen Arbeit der 90 teilnehmenden Kunstvermittler aus Polen und Frankreich, Kroatien, Großbritannien, Israel, der Türkei, Italien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Irland und Deutschland, die sich im Schloss Genshagen trafen, allerdings eine sehr unterschiedliche Bedeutung.

Denn auch wenn Dr. Maren Ziese, die die Tagung für die Stiftung Genshagen organisiert hat, feststellte: „Die Zeiten, in denen Museumspädagogik mit Kleben und Basteln gleichgesetzt wurde, sind vorbei“, müssen doch viele Museumspädagogen noch immer um feste Stellen und die selbstverständ-

liche Anerkennung ihrer Arbeit kämpfen – nicht nur in Deutschland. Ihre Stellung im Museum wird meist nicht mit der der Kuratoren gleichgesetzt. Sie werden häufig erst spät, wenn überhaupt, in die Ausstellungsvorbereitungen einbezogen und manche fühlen sich gar als Trabanten, die geduldet und wenig anerkannt sind.

Politik erkennt nachhaltigen Wert der Vermittlungsarbeit

Die Zeiten des trostlosen Meckerns sind trotzdem vorbei. Denn auch wenn noch nicht jeder Museumsdirektor und Ausstellungskurator verstanden hat, dass sich die Strukturen im Museum verändern und das Museum ohne Vermittlung für Kinder und Jugendliche, ohne besucherfreundliche Ausstellungen, Publikationen und Begleitveranstaltungen ohne Zukunft ist, die Politik hat es. Kulturstaatsminister Bernd Neumann ist das Thema so wichtig, dass er die Tagung in Genshagen mit finanzierte. Denn in der Politik weiß man: „Die Wissensgesellschaft fordert das kreative Kind und das lebenslange Lernen“.

Mit der Wertschätzung der Vermittlungsarbeit in Museen durch die Politik sind neue Forderungen entstanden. Die Forderung nach Gleichberechtigung von Ausstellungsmachern und Kunstpädagogen ist nur eine. Die nach einem Museum, das sich der rasanten digitalen Entwicklung nicht verschließt, eine andere. Doch erst wenn beispielsweise die Workshop-Arbeiten einer Gruppe Jugendlicher ganz selbstverständlich im Newsletter eines Museums neben der aktuellen Impressionistenausstellung und dem Interview mit einem Sponsoren abgedruckt werden, ist die Vermittlung da angekommen, wo sie hingehört: Mitten im Museum. Das allerdings, so zeigte die Tagung in Genshagen auch, ist eher die Ausnahme.

Deshalb klingt der Satz „Die Kunstvermittlung ist in der Mitte des Museums angekommen“ noch immer wie eine Mischung aus Beschwörungsformel und Wunsch. Geht es nach den Kunstvermittlern und der Bundespoli-

tik, so wird aus der Beschwörung demnächst mehr als „nur“ ein Erfahrungsaustausch. „Die Kulturpolitiker wenden sich der kulturellen Bildung verstärkt zu – in vielen Gesprächen beim Kulturstaatsminister spielt sie eine hervorgehobene Rolle“, berichtete Dr. Sebastian Saad, Referent bei Kulturstaatsminister Bernd Neumann.

Jane Sillis kann da nicht so optimistisch sein. Die Kunstvermittlerin aus England ist seit 2005 Direktorin einer nationalen Vereinigung zur Bildung von Kunstvermittlern – „engage“ genannt. Sie fürchtet, dass die drastischen Kürzungen im englischen Haushalt auch ihre Arbeit einschränken werden.

Begeisterung, Bildung, Bindung: Die 50- bis 100-Jährigen kommen immer

Ein wenig erinnert der Kampf um die Anerkennung der kunstpädagogischen Arbeit an die Zeit vor etwa 15 Jahren, als die Museen langsam begriffen, dass sie in Öffentlichkeitsarbeit und Marketing investieren müssen, damit sie neben anderen Freizeitangeboten, die durch clevere Werbung immer neue Besuchergruppen für sich interessierten, bestehen konnten. Weil sie das verstanden haben, können sie heute sagen: die 50- bis 100-Jährigen kommen immer. Nun müssen die Jugendlichen umworben werden, wobei es nicht nur um freien Eintritt und klassische Werbung geht, sondern um Begeisterung, Bildung, Bindung. Doch nicht nur bei der Bindung wird es schwierig. Meist haben die Vermittler nur eine einzige Chance, Jugendliche fürs Museum zu begeistern. Kommen sie mit ihrer Schulklasse, verstehen sie den Museumsbesuch oft nur als weiteren Unterrichtsstoff und nicht als Möglichkeit für neue Erfahrungen. Deshalb gehen viele Vermittler in die Schulen und lassen die Jugendlichen nicht nur selbst künstlerisch aktiv werden, sondern auch entscheiden, mit welchen Medien sie arbeiten. So sind Jugendliche nicht Wissensempfänger sondern Akteure, und aus einem fremden Ort mit unantastbarer Kunst wird ein Ide-

enpool für die eigene künstlerische Arbeit. Begeisterung und Wissensvermittlung inklusive.

Das mit dem Wiederkommen und der Begeisterung fürs Museum hat Heike Kropff im vergangenen Sommer genial gelöst. Die Kuratorin für Bildung und Vermittlung am Museum Folkwang in Essen organisierte während der sechswöchigen Sommerferien ein sogenanntes Rockbüro, zu dem sie Jugendbands, deren Fans und Berater einlud. Die kamen, spielten ihre Musik, gestalteten Plattencover und ein temporäres Atelier – einen Container –, trafen Künstler zur gemeinsamen Arbeit und setzten sich auch mit der gleichzeitig im Museum gezeigten Foto-Ausstellung „A Star is born. Fotografie und Rock seit Elvis“ auseinander. Bei Ute Marxreiter, Leiterin der Kunstvermittlung in den Münchner Pinakotheken und im Museum Brandhorst, können sich Jugendliche schon mal in Papier eingewickelt im Museum als lebende Skulpturen präsentieren.

Projekte zum Neidisch-Werden, fanden dann auch einige Kollegen, die an diesem der insgesamt vier angebotenen Workshops zu den Herausforderungen der Zielgruppen-Definition am Beispiel Jugendlicher teilnahmen. Denn allein durch den Titel „Kuratorin für Bildung und Vermittlung“ ist die Position von Heike Kropff als gleichberechtigt und wichtig in ihrem Museum eingestuft. Ein Ziel, das noch längst nicht alle Kunstpädagogen erreicht haben. Bis es soweit ist, stört Jugendarbeit im Museum oft noch – auch das kennen Kunstpädagogen, die von anderen Besuchern gern einmal wegen des Lärms im Museum beschimpft werden. Doch die Zeiten, in denen sich Museumspädagogen ins Hinterzimmerchen zwei Treppen tiefer irgendwo neben dem Technikraum und den Putzmaterialien verziehen, sind endgültig vorbei.

Vielmehr forderten sie auf der Genshagener Tagung, dass die Vermittlung nicht nur mehr gewürdigt und besser finanziert werde, sondern auch zentrale Räume im Museum zur Verfügung stehen sollten. All das müsse im

so genannten Leitbild eines Museums festgeschrieben sein. Über solche Leitbilder, über die Bedeutung der Kunstvermittlung und über die interkulturelle Museumsarbeit soll nach dem Willen der Museumsexperten mehr und öfter diskutiert werden. Die Stiftung Genshagen wird – das stand bereits während des diesjährigen Treffens fest – sich auch in den kommenden Jahren mit diesem Thema befassen.

Dem regelmäßigen Museumsbesucher mag so viel Aufwand für die Vermittlungsarbeit übertrieben scheinen, doch Graham Black machte in seinem Vortrag zu den Herausforderungen und Perspektiven der Kunst- und Kulturvermittlung des 21. Jahrhunderts noch auf einen anderen grundlegenden Wandel aufmerksam: Die Gestaltung der Freizeit. „Die Computernutzung ist in den vergangenen Jahren um 32 Prozent gestiegen, die Fernsehnutzung um neun, so dass immer weniger Menschen ihre Wohnungen in der Freizeit verlassen“, sagte Black.

Die Institution muss das Geld besorgen, nicht die Bildungsabteilung

Am Eintrittspreis liegt es nicht, dass viele nicht ins Museum gehen, das haben auch französische Museumsleute festgestellt. Vielmehr entscheiden Bildungsstand und sozialer Hintergrund als erstes über den Museumsbesuch. Erst an dritter Stelle kommt die Frage nach der Bezahlbarkeit. Zwar hat Österreich gute Erfahrungen mit dem freien Eintritt für Jugendliche bis 19 Jahre in seine Bundesmuseen, wie Eva Kolm von KulturKontakt Austria erklärte, doch vor allem zwei neue, vom Staat finanzierte Programme in Schulen und Berufsschulen sollen jugendliche Noch-Nicht-Museumsbesucher einladen. Die Erfahrungen mit diesen speziellen Programmen werden gesammelt und ausgewertet. Bereits jetzt ist absehbar, dass diese Form von Zusammenarbeit stabile Ansprechpartner in den Kulturinstitutionen wie in den Schulen braucht, um die Partnerschaften dauerhaft zu implementieren. Da Museumspädagogen in Österreich

in der Mehrheit prekäre Dienstverhältnisse haben, ist es umso dringender, dass die Museumsdirektionen sich für die Vermittlungsarbeit und ihre Finanzierung verantwortlich fühlen: „Die Institution muss das Geld besorgen, nicht die Bildungsabteilung.“ Für deutsche Kunstvermittler stellt sich da allerdings die Frage, inwieweit diese Praxis die Arbeit beeinflusst oder gar lenkt und ob bestimmte Fördermittel nicht auch bestimmte Zielgruppen „erzeugen“. So kann und darf zum Beispiel ein Projekt, das von einer Zigarettenfirma finanziert wird, nicht für Kinder angeboten werden.

Während die Tagung in Genshagen einen internationalen, vielschichtigen und sehr persönlichen Eindruck von der „Kunst der Vermittlung“ gab, wird es ab 14. Dezember unter www.museumbildet.de einen repräsentativen deutschlandweiten Einblick in diese überlebenswichtige Museumsvermittlungs-Arbeit geben. Denn der Deutsche Museumsbund hat unter allen etwa 6.100 Museen in Deutschland nach Problemen und Programmen, Finanzierungen und Zielen gefragt. Immerhin 1.219 Museen haben geantwortet, so dass, nach Einschätzung von Vera Neukirchen, stellvertretende Geschäftsführerin des Deutschen Museumsbundes, ein „repräsentativer Einblick in alle Sparten und Bundesländer“ entstehen wird. Dann können Museen von Ideen und Projekten anderer Museen lernen, Politiker mit einer aktuellen Statistik von der Bedeutung der Vermittlungsarbeit überzeugt werden, Kollegen sich bei Kollegen Rat holen.

Vielleicht ist es auch nicht mehr ganz so weit zur ersten Museumsdirektorin/zum ersten Museumsdirektor, die als Kunstvermittler ihre Karriere im Museum begannen.

Susanne Kumar-Sinner
ks-kommunikation@online.de

Bundesverband

Von Juli bis Dezember 2010 arbeiteten der BVMP und bundesweit sieben kooperierende Museen im Projekt „**Museen und Kindergärten**“ zusammen. Für die Durchführung des Projektes erhielt der BVMP erstmalig eine Förderung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Ein ausführlicher Bericht dazu findet sich in diesem Heft (Rubrik „und außerdem“).

Neuer Vorstand stellt Planungen und Arbeitsschwerpunkte vor

Der Ende Oktober 2010 gewählte neue Vorstand des Bundesverbands hat einen ersten Arbeitsplan für die kommenden zwei Jahre aufgestellt. Er wurde den Regional- und Landesverbänden in der erweiterten Vorstandssitzung am 29. Januar 2010 vorgestellt. Damit verbunden ist auch die Verteilung der Aufgabengebiete und Arbeitsschwerpunkte der vier Vorstandsmitglieder Anja Hoffmann, Antje Kayzers, Andreas Emmelheinz und Elke Schneider.

Die 1. Vorsitzende Anja Hoffmann möchte intern den Kontakt zu den Landesverbänden intensivieren und sich verstärkt um die Beiräte kümmern. Extern verfolgt sie den Plan, die zahlreichen Kooperationen auszubauen und weitere drittmittelgeförderte Projekte zu initiieren, so dass die Aufgabe des Bundesverbandes als zentrale Stelle für die Aus- und Fortbildung von Museumspädagogen deutlich gestärkt wird. Vorbild dafür ist das erfolgreiche Projekt „Museen und Kindergärten“, das im 2. Halbjahr 2010 mit Unterstützung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) durchgeführt wurde. Es beschäftigte sich mit der Frage, wie Kindergartenkinder Museen als faszinierende, anregende und nicht zuletzt rundherum bildende Orte erleben können. Die Ergebnisse der intensiven Arbeit sind nun auf der Website www.museen-und-kindergaerten.de zugänglich und bieten einen anregenden

Informationspool. In einer Pressemitteilung wurden zahlreiche Fachmedien und Onlinedienste informiert. Die Resonanz war beeindruckend. Allen an dem Projekt Beteiligten gilt großer Dank!

Antje Kayzers als 2. Vorsitzende begleitet die beiden mit dem Deutschen Museumsbund (DMB) gestarteten Projekte „schule@museum“ und „KulturGut vermitteln – Museum bildet“. Die Ergebnisse beider Projekte sind auch online zugänglich. Vor allem die Datenbank www.museum-bildet.de bietet ein reiches Repertoire an Vermittlungsideen und Projektberichten. Außerdem wird Antje Kayzers den Kontakt zu ausländischen Organisationen halten und sich mit Fragen der Aus- und Weiterbildung beschäftigen. Ein großes Ziel ist es, einen Studiengang Museumspädagogik zu etablieren. Die Vorarbeiten sind getan, nun gilt es Kooperationspartner an Hochschulen zu finden.

Elke Schneider als neue Schriftführerin übernimmt die Bereiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Verantwortung für die Verbandszeitschrift „Standbein-Spielbein“. Hier hat sich mittlerweile ein Programmbeirat gebildet, um die Chefredakteurin Romy Steinmeier zu unterstützen und die Zeitschrift bezüglich Inhalt und Gestaltung noch attraktiver zu machen. Ein großer Fortschritt ist die Etablierung der neuen Rubrik „Aus der Forschung“. Sie wird von Prof. Tobias Nettke betreut und spiegelt die zunehmende Professionalisierung der Museumspädagogik wider. Ein zweites großes Thema ist der Relaunch der Website www.museumpaedagogik.de. Noch vom alten Vorstand angeregt und weiterhin in der Obhut des Internetbeauftragten Ralph Stephan, gilt es nun, das ganze zeitnah umzusetzen.

Kassierer Andreas Emmelheinz hat die schwierige Aufgabe, die großen Wünsche – gerade auch den Internetauftritt betreffend – mit dem kleinen Etat des Bundesverbands in Übereinstimmung zu bringen. So musste aktuell die Entscheidung gegen den lang gehegten Wunsch einer Geschäfts-

stelle gefällt werden. Neben einer sparsamen Ausgabenpolitik, in der es Gelderstattung nur nach Beschluss und Beleg gibt, will Andreas Emmelheinz die knappen Ressourcen durch neue Geldquellen und die Generierung neuer Mitglieder aufstocken.

Die Planungen sollen unter Berücksichtigung der Anregungen der Landes- und Regionalverbände bei einer Klausurtagung des Vorstands im Mai konkretisiert werden.

Elke Schneider

Baden-Württemberg

Einblicke-Veranstaltungen des Vereins für Museumspädagogik Baden-Württemberg

Am **11. Juli** laden der Verein und das Literaturmuseum Marbach zu einer Einblicke-Tagung ein. Im Zentrum stehen die museumspädagogischen Angebote im Literaturmuseum der Moderne und im Schiller-Nationalmuseum. Das Programm wird rechtzeitig auf der Homepage des Vereins für Museumspädagogik veröffentlicht.

Am **7. November** wird Göppingen das Ziel einer Einblicke-Veranstaltung sein. Projekte und Programme der Kunsthalle Göppingen werden ebenso vorgestellt wie die museumspädagogische Arbeit der Städtischen Museen (Stadtgeschichtliches Museum im Storchen, Jüdisches Museum, Naturkundliches Museum, Ausstellung am Hohenstaufen). An diesem Tag findet auch unsere jährliche Mitgliederversammlung statt. Der Vorstand würde sich über zahlreiche Teilnehmer an der Versammlung freuen!

„Zwei von fünf“ – Einblicke in die städtischen Museen der Stadt Freiburg im Breisgau

Am Montag, den 7. Februar 2011 fand die dritte „Einblicke“-Veranstaltung statt, die von dem Verein für Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V. organisiert wurde. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe stellte Frau Heidi Fischer, die Leiterin der Ab-

teilung Kommunikation und Vermittlung zusammen mit Ihrem Team die zum Teil neu entwickelten museumspädagogischen Konzepte für Kindergärten und Schulen zur kritischen Diskussion. Doch zunächst ging es darum, zwei von den fünf städtischen Museen an dem Vor- und Nachmittag kennenzulernen. Im Fokus stand das am 21. März 2010 wieder eröffnete Augustinermuseum samt seiner Dauersammlung und der aktuellen Ausstellung „Freiburg baroque“, die zum dreihundertsten Geburtstag des Bildhauers, Malers und Architekten Johann Christian Wentzinger konzipiert wurde, sowie das Naturmuseum zusammen mit der aktuellen Sonderausstellung „Bitterer Maniok“.

Pünktlich um 10:15 Uhr versammelten sich mehrere Dutzend Museumspädagoginnen und eine Handvoll Museumspädagogen in der Skulpturenhalle des Augustinermuseums. Nach einer Begrüßung durch Herrn Dr. Tilmann von Stockhausen, den Leiter der fünf städtischen Museen (1. das Augustinermuseum, 2. das Museum für neue Kunst, 3. Wentzingerhaus – Museum für Stadtgeschichte, 4. das Archäologische Museum Colombischlössle und 5. das Naturmuseum), nahmen wir – jeweils in zwei Gruppen aufgeteilt – an einer Kurzführung durch das Haus teil. Frau Anna Deninotti führte unsere Gruppe im wahrsten Sinne des Wortes über eine „Erlebnistreppe“ in das Dachgestühl. Nachdem wir schon auf dem Weg nach oben die zehn Meter hohen Propheten, die Wasserspeier und die anderen heiligen Skulpturen und Tafelmeisterwerke aus unterschiedlichen Perspektiven – durch die vielen Öffnungen, Nischen und Balkone – bewundern konnten, genossen wir von oben die Aussicht auf den Münsterturm. Mehr Informationen zum Münster, seinen Skulpturen und seinen ursprünglichen Standorten erhielten wir an der medialen Station unten in der Skulpturenhalle. Beeindruckt waren wir nicht nur von der gelungenen Präsentation der Meisterwerke des Mittelalters und des Barocks, sondern auch von der

Farbwahl in den jeweiligen hohen Museumsräumen sowie von der authentischen sakralen Raumatmosphäre im Museum, wie sie sonst häufig in einer Emporenbasilika zu finden ist. Fasziniert waren wir nicht zuletzt von dem Kaiserfenster und den vielen anderen farbigen Glasfenstern, die an diesem Tag durch den Sonnenschein ganz besonders leuchteten. Schade, dass wir die sonst begehbbare barocke Welte-Orgel der ehemaligen Gengenbacher Abteikirche, an dem Tag nicht von Innen sehen konnten. Mehr Informationen über die städtischen Museen finden Sie unter www.freiburg.de/museen. Ein Besuch lohnt sich auf jeden Fall!

Das Mittelalter und der Barock sind natürlich für Kunsthistoriker, Historiker, Musiker und Theologen zweifellos spannende Themen. Wie können wir aber die Kinder und die Jugendlichen unserer technisierten und modernen Zeit für die Themen begeistern? Frau Fischer und ihr museumspädagogisches Team möchten mit ihren Programmen bei den Vorschul- und Grundschulkindern sowie bei den Jugendlichen Neugierde für die „schwierigen“, religiösen Inhalte wecken. Sie entwickelten auf Zielgruppen gerichtete Konzepte für Kindergärten und Schulen, in dem die Kinder und Jugendlichen primär in ihrer Welt abgeholt werden.

Noch vor der Mittagspause konnten wir einige neue Museumskonzepte für das Augustinermuseum in Gruppenarbeiten aktiv unter die Lupe nehmen und uns selbst davon überzeugen. Die Gruppe mit dem Sandstein-Symbol lernte das Konzept „Der Höllenhund und seine Freunde – Die Wasserspeier des Freiburger Münsters“ kennen. Hier können die Kinder zum Beispiel selbst Grimassen und Fratzen machen und Bezüge zur Alemannischen Fastnacht ziehen. Sie beschäftigen sich während der Führung im Museum unter anderem mit folgenden Fragestellungen: Warum wurden die furchterregenden Sandsteinwasserspeier auf dem

Mauerwerk angebracht? Aus welchem Material bestehen sie und wie wurden sie im Mauerwerk verankert?

Die Gruppe mit dem Muschel-Symbol beschäftigte sich mit den Konzepten „Himmel und Hölle – Weltbild im Mittelalter und heute“ sowie mit der Pilgerthematik. Pilgern ist heute quasi ein Muss, wie uns Hape Kerkeling in seinem Buch „Ich bin dann mal weg“ humorvoll vor Augen führt. Welche Ziele verfolgten aber die Menschen damals bei der Pilgerfahrt, wie ist es heute? Die Kinder dürfen sich hier mit dem Hl. Jacobus, dem Pilgerweg und seinen Accessoires wie der Muschel, dem Stab und der Ledertasche auseinandersetzen. Die dritte Gruppe mit dem Staffelei-Symbol übte sich im Sehen und begab sich auf eine „Perspektiven-Reise.“ Die SchülerInnen der Sekundarstufe II erhalten einen Fragebogen, den sie ausfüllen dürfen. Dabei untersuchen sie unter dem Aspekt der Perspektive drei Tafelwerke aus dem 14./15. Jahrhundert wie zum Beispiel den Flügelaltar mit Szenen der Passion Christi des Hausbuchmeisters. Mit anderen Worten: Die formale Entwicklungsgeschichte zur Perspektive steht hier primär im Vordergrund, nicht die Ikonographie. Aber vielleicht kommen die SchülerInnen doch noch auf den Geschmack und wollen mehr über die Darstellungen und die Inhalte erfahren?

Beeindruckt waren wir von der Vielfalt und Menge der museumspädagogischen Konzepte, die nach dem Mittagessen in einer ungezwungenen Form präsentiert wurden. Die freien Mitarbeiterinnen, welche die praktischen Programme zu den theoretischen Führungen konzipiert hatten, stellten uns die Arbeiten aus der Ton-, Farb-, Druckwerkstatt vor und standen uns für weitere Fragen zur Verfügung. Wir sind gespannt, wie die neuen „Mix-Konzepte“ aus Theorie und Praxis vor allem im Augustinermuseum von den Kindergärten und Schulen angenommen werden.

Wir bedanken uns für die spannenden Einblicke, die gegenseitigen Anregungen und die professionelle Organisation der Tagung. Um 16:20 Uhr begaben wir uns dann zufrieden auf den Heimweg. Wir freuen uns auf die nächste „Einblicke“-Veranstaltung,

die voraussichtlich im Literaturmuseum in Marbach stattfinden wird.

Sabina Scheliga M.A.
Freie Kunsthistorikerin & Kunstvermittlerin
Kreativwerkstatt „Faszination Erde“
www.kreativwerkstatt-staufen.de

Bayern

Im Juli trat ein neuer Vorstand zusammen:

1. Vorsitzende wurde Regine Leipold, Regensburg; 2. Vorsitzender Dr. Alfred Czech, München; Kassenwart Udo Leдебrink, München

Tagungen

3. Juli 2010, Museum Ludwig Erhard Fürth: „Qualität in der Vermittlung“

An die 50 TeilnehmerInnen trafen sich, um sich mit verschiedenen Ansätzen der Qualitätssicherung zu beschäftigen und diese zu diskutieren. Dr. Hannelore Kunz-Ott (Landesstelle für Nichtstaatliche Museen) referierte über Kriterien guter Bildungs- und Vermittlungsarbeit mit dem Ziel, Qualitätsverbesserung in der Museumspädagogik anzustreben und durch klare Kriterien Bewertungsmaßstäbe – auch nach außen – zu setzen.

Besucherorientierung in Bezug auf Schüler stellten Ursula Kollar (Seminarleiterin) und Dr. Jessica Mack-Andrick (KPZ Nürnberg) am eigenen Beispiel anhand einer Checkliste zur Schülerorientierung, -kompetenz und -motivation vor. Volkmar Weinhold (Seminarrektor und Koordinator externer Evaluation an mittelfränkischen Schulen) verglich interne und externe Evaluation, erläuterte die Methoden der externen Evaluation und spannte in der Diskussion den Bogen bzw. zog Analogien zur Museumsarbeit.

Besucherorientierung in Bezug auf den Museums-/Ausstellungsbesucher allgemein hatte Dr. Kirmeier (Haus der Bayerischen Geschichte) im Fokus. Er hinterfragte an Beispielen von Ausstellungen des HdBG der letzten 15 Jahre die Besucherorientierung bereits mit dem Beginn des konzeptionellen Pro-

zesses bis hin zum Feedback nach dem Ausstellungsbesuch. Heike Mühlbauer (Management Training) stellte Modelle von Qualitäts-Management für Bildungseinrichtungen vor, die in Bezug auf Museen relevant sein könnten.

Elke Kollar (LAK MPB) präsentierte das Projektlabor Museumspädagogik, bei dem Projekte zur Evaluation im nächsten Jahr gefördert werden.

12. November 2010, München: „Stichwort Kunst. Schule trifft Museum“

Der LAK MP Bayern und der Fachverband für Kunstpädagogik luden erstmalig zu einem gemeinsamen Fortbildungstag in die Akademie der Bildenden Künste nach München. Kunstvermittlung in der Schule – Kunstvermittlung im Museum: Wie unterscheiden sich Konzepte und Zielsetzungen, wie können sich Kunstlehrer und Museumspädagogen gegenseitig unterstützen oder voneinander lernen? Als außerschulischer Lern- und Erlebnisort bietet das Museum die Erfahrung von Kunst an Originalen. Die Museumspädagogik hat in den letzten Jahren neue Methoden der Kunstvermittlung entwickelt und erprobt, die auch den Kunstunterricht in den Schulen bereichern können und viele Impulse zur Vermittlung historischer oder zeitgenössischer Kunst geben.

Kooperationsveranstaltungen bieten ein noch zu wenig praktiziertes, aber spannendes Feld der Kunstvermittlung mit großem Potenzial für Museumspädagogen, Kunstlehrer und Schüler. Referenten beider Verbände legten eine rege genutzte Grundlage für Austausch und Diskussion. Der Wunsch, diese fortzusetzen, stand als Aufgabe für beide Verbandsleitungen am Ende der Tagung.

Die Veranstaltung diente auch als Einführung und Begleitveranstaltung zum BDK-Wettbewerb „Kunststück. Kunst vermitteln“ 2010/2011.

ProjektLabor Museumspädagogik

Im ProjektLabor Museumspädagogik läuft aktuell die erste Runde zum

Thema „Qualität sichern. Besucherorientiert vermitteln“. Zwei ausgewählte und somit finanziell geförderte Museen sind in der Projektphase. Die Ergebnisse werden publiziert.

Frühjahrstagung, 6. Mai 2011 im Kulturspeicher in Würzburg: „Freie Mitarbeit in der Museumspädagogik“. Im Anschluss daran die Mitgliederversammlung.

Hessen

Veranstaltungshinweise Frühjahr und Sommer 2011

Mo 23.5.2011, 9:30-16:30

Röntgen-Museum Remscheid

„Lernen, Forschen, Experimentieren im Museum“ – Vermittlung von Naturwissenschaft und Technik von Anfang an“. Tagung des Landesverbandes Museumspädagogik NRW e.V. und des Deutschen Röntgen-Museums Remscheid

Sa 18.6.2011

Museum Wiesbaden

„Dabei sein ist nicht alles: Museen auf neuen Wegen im Internet“. Fachkonferenz des Arbeitskreises Museumspädagogik im Hessischen Museumsverband unter fachlicher Mitwirkung des Landesverbandes Museumspädagogik Hessen e.V.

Sa 23.6. + Fr 24.6.2011

Dessau

Tagung „Kinder zum Olymp“ und Jubiläumsveranstaltung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. anlässlich seines 20-jährigen Bestehens

Di 30.8.2011, 14:00-17:00

„Museum vor Ort“

Besuch der Ausstellung „Kloster Lorsch – vom Reichskloster Karls des Großen zum Weltkulturerbe der Menschheit“ im Museumszentrum Lorsch: Einblicke in die Sonderausstellung; Erlebnispädagogik und experimentelle Archäologie

Norddeutschland

Mitgliederversammlung

Im Februar 2011 trafen sich die Mitglieder des bisherigen Arbeitskreises Museumspädagogik Nord zur Jahrestagung in Bremen und Bremerhaven, in deren Zuge auch die jährliche Mitgliederversammlung abgehalten wurde.

Umbenennung

In der Mitgliederversammlung am 13.2.2011 wurde beschlossen, dass der „Arbeitskreis Museumspädagogik Norddeutschland e.V.“ ab sofort den Namen „Regionalverband Museumspädagogik Norddeutschland e.V.“ tragen soll. Die Internetseite des Regionalverbands Nord ist nun unter der folgenden Adresse zu finden: www.rv-mp-nord.de

Neuer Vorstand

Die bisherigen Vorstandsmitglieder Anka Bolduan, Uwe Rautenberg und Elke Schneider schieden aus Rotationsgründen aus dem Vorstand aus. In den Neuwahlen wurden folgende Mitglieder in den Vorstand gewählt: Mila Ruempler-Wenk (Hamburg), Karin Ruhmöller (Tuch + Technik Textilmuseum Neumünster), Markus Schwartz (Internationales Maritimes Museum Hamburg) und Regine Tuitjer (Niedersächsisches Landesmuseum Hannover). Folgende Mitglieder wurden in den Beirat gewählt: Hans-Georg Ehlers (Schwedenspeicher-Museum Stade), Elke Schneider (Hamburger Kunsthalles) und Birte Stüve (Übersee-Museum Bremen).

Jahrestagung 2011

Die Jahrestagung mit dem Titel „Was die Welt bewegt – Zukunftsthemen im Museum“ war als Kombi-Tagung in zwei verschiedenen Einrichtungen gestaltet, die sich beide mit globalen und zukunftsweisenden Themen beschäftigen. Am 13. Februar 2011 waren wir zu Gast im Übersee-Museum Bremen und am 14. Februar 2011 durften wir im Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost auf Entdeckungsreise gehen. Insgesamt 32

Teilnehmer und Teilnehmerinnen bekamen spannende Einblicke in die Bildungs- und Vermittlungsarbeit des Übersee-Museums Bremen sowie der „inszenierten Erlebnisausstellung“ in Bremerhaven.

In Bremen begrüßte uns Dr. Michael Stiller (Übersee-Museum Bremen) und gewährte uns Einblicke in die Planung und Umsetzung der neuen Ausstellung des Übersee-Museums „Erleben, was die Welt bewegt“. Später begleiteten uns Anka Bolduan, Heidemarie Menge und Dr. Michael Stiller bei einem Rundgang durch die neu gestaltete Ausstellung.

Dr. Gerd Hoffmann-Wieck (IFM Geomar, Leibniz-Institut für Meereswissenschaften an der Universität Kiel) sprach über die Ausstellung „Ozean der Zukunft – ein Modul zur nachhaltigen Nutzung der Meere“. Norbert Niedernostheide stellte uns unter dem Titel „Zwischen Museumspädagogik und BNE“ (=UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“) die Arbeit des Umweltbildungszentrums im Museum am Schölerberg in Osnabrück vor.

Im Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost wurden wir von Nadja Tietjen, Sandra Heiting und Jens Tanneberg begrüßt und bekamen eine Einführung in ihre Vermittlungsarbeit. Im Anschluss an einen geführten, überblicksartigen Rundgang durch die Erlebnisausstellung konnten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen sich anschließend noch einmal jeder für sich mit den zahlreichen Inszenierungen auseinandersetzen.

Demnächst wird es auf unserer Internetseite unter www.rv-mp-nord.de eine Tagungsnachbereitung mit Fotos der Veranstaltungen und weiterführenden Internetlinks geben.

Jahresplanung 2011

Geplant sind in diesem Jahr zwei weitere Regionalverbandstreffen am 16. Mai in Gifhorn und am 12. September in Stade. Außerdem möchten wir im Zuge unserer „Museumspädagogischen Werkstattgespräche“ gerne wieder zusammen auf Reisen gehen,

voraussichtlich vom 11. – 13.11.2011 nach Föhr.

Eventuelle Änderungen und weitere Details zu den Treffen sind rechtzeitig auf unserer Internetseite (www.rv-mp-nord.de) zu finden.

Mila Ruempler-Wenk

Rheinland-Pfalz/Saarland

Der Regionalarbeitskreis Rheinland-Pfalz/Saarland traf sich zu seiner Herbsttagung und Mitgliederversammlung am 29. November 2010 im Landesmuseum Mainz. Die Tagung stand unter dem Thema Barrierefreiheit. Leider war aufgrund des starken Winterchaos die Teilnehmerzahl sehr gering. Dennoch konnten wir eine eindrucksvolle Führung durch das Haus durch Frau Ursula Wallbrecher erleben, die gerade im Hinblick auf Barrierearmut viele wertvolle Anregungen geben konnte. Der Arbeitskreis trifft sich im Mai zur Frühjahrstagung und Wahl eines neuen Vorstands, da nicht mehr alle Vorstandsmitglieder zur Verfügung stehen werden.

Sabine Geith

Rheinland und Westfalen

Tagungen und Fortbildungen 2010

Am 8.2.2010 fand im Kunstquartier Hagen/Osthaus Museum Hagen neben der Besichtigung des Neubaus und neben der Erläuterung des museumspädagogischen Konzeptes die Mitgliederversammlung im Jahre 2010 statt.

Umbenennung

Auf dieser Versammlung wurde u.a. die Umbenennung des Arbeitskreises Museumspädagogik Rheinland und Westfalen e.V. in „Landesverband Museumspädagogik NRW e.V.“ beschlossen.

Die Bezeichnung Landesverband kann optional ergänzt werden durch den Untertitel „(Kulturelle) Bildung und Vermittlung in Museen“.

Am 16.4.2010 wurde die Neubenennung notariell ins Vereinsregister der Stadt Mülheim a.d.Ruhr – als Geschäftssitz des Verbandes – eingetragen.

Tagungen/Fortbildungen

Am 26.4.2010 fand im Rahmen des Veranstaltungsformates „Landesverband vor Ort“ ein Treffen in der **HELDEN-Werkstatt** statt.

Die HELDEN-Werkstatt war das Schulprojekt zur Ausstellung „HELDEN“, die der Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL)/ LWL-Industriemuseum in Zusammenarbeit mit der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 vom 12. März bis 31. Oktober 2010 im LWL-Industriemuseum Henrichshütte Hattingen zeigte. Ausgangspunkt waren die vielen Bildungspartnerschaften zwischen dem LWL-Industriemuseum und verschiedensten Schulen im Ruhrgebiet, die ihren Niederschlag in dem Pilotprojekt fanden, in dem sich annähernd 2000 Schüler und Schülerinnen in Theorie und Praxis mit dem Thema Helden beschäftigten.

Vom 21. – 22. 6. 2010 fand in der Thomas Morus Akademie Bensberg in Kooperation mit dem Landesverband eine zweitägige Studienkonferenz zum Thema „**Nachts ins Museum?**“ – **Museen und die Herausforderungen der Erlebnisgesellschaft**“ statt. Die erfolgreiche Tagung beschäftigte sich mit Fragen der Erlebnisgesellschaft, wie auch Besucherorientierung in Zeiten einer neuen Event-Kultur und eines veränderten Freizeitverhaltens unserer Besucher. In Fortführung des Tagungsthemas von 2003 „Event zieht – Inhalt bindet“ in Bonn wurde in einer guten Mischung zwischen Vorträgen und Berichten aus der Praxis ebenso wie in Diskussionsforen thematisiert, welche Veranstaltungsformate und Vermittlungsformen heute in unserer Arbeit aktuell und sinnstiftend sind.

Am 13.9.2010 fand ebenfalls im LWL Museum Henrichshütte Hattingen die Arbeitstagung und Fortbildung „Curriculum – **Seh' ich aus, als ob mich das**

interessiert? Bedingungen für eine gute Kooperation zwischen Museum und Schule“ unter Leitung von Anette Plümpe statt. Die Mitglieder konnten an diesem Tag ihr Wissen über Curricula der verschiedensten Unterrichtsfächer vertiefen, wie auch ihre Kenntnisse über Schulstrukturen verbessern, um die nachhaltige Kooperation zwischen Schule und Museum zu optimieren.

Vom 21. – 24.10.2010 fand die Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. statt: „**Die bewegte Region. Kultur vermitteln. Wandel gestalten**“ im Welterbe Zollverein in Essen.

Auf dieser Tagung ging man in Vorträgen, Projektpräsentationen, Exkursionen und Erfahrungsberichten der Fragestellung nach, was die Kultur- und Vermittlungsarbeit in Museen in einer sich ständig verändernden Welt und Gesellschaft leisten kann. Die Augustausgabe 2011 von Standbein Spielbein wird eine Auswahl der Tagungsbeiträge publizieren.

Im Rahmen des Veranstaltungsformates „Landesverband NRW vor Ort“ fand am 29.11.2010 im LVR-Industriemuseum Bergisch Gladbach ein Besuch der Ausstellung „**Druck machen! Drucktechniken verstehen und selber machen**“ statt. Die Ausstellung erzählte nicht nur die spannenden Geschichten vom Drucken und Lesen, sondern stellte ebenso verschiedene künstlerische Drucktechniken vor. Ebenso wurde das Treffen als letztes im Jahr 2010 zu einem Jahresausklang mit adventlichem Zusammensein und fachlichem Austausch.

Kulturpolitische Lobbyarbeit des Verbandes

Zusammenarbeit mit der Arbeitsstelle Kulturelle Bildung in Schule und Jugendarbeit NRW in Remscheid

Bedingt durch die fruchtbare Zusammenarbeit zwischen der Arbeitsstelle für Kulturelle Bildung, der Medienberatung NRW/Bildungspartner Museum und Schule und dem Landesverband Museumspädagogik NRW konn-

te Ende des Jahres 2010 das *merkheft 01* mit dem Titel „Informationen für die Kooperation mit Museen in NRW – Schule, Jugendarbeit und Museen“ herausgegeben werden. Das Merkheft will einen ersten Einstieg in die Kooperation der Institutionen ermöglichen und Leitfaden und Handbuch sein. Es beschreibt auf anschauliche Weise die Basics eines Museumsbesuches und die Grundlagen für längerfristige und nachhaltige Kooperationen.

Erhältlich bei: schorn@kulturellebildung-nrw.de, www.kulturellebildung-nrw.de

Bericht über „Freien Eintritt in den Museen“ – Initiative des Bundesverbandes

In Kooperation mit den Museumsverbänden in NRW (Vereinigung Westfälischer Museen und Verband Rheinischer Museen) konnten wir an die 20 Museen gewinnen, die unseren Mitgliedern freien Eintritt gewähren.

Neuwahl des Vorstandes

Am 28.2.2011 fand in der Kunstsammlung NRW (K20) in Düsseldorf unsere jährliche Mitgliederversammlung statt. Zum neuen Vorstand wurde gewählt: 1. Vorsitzende: Dr. Simone Mergen, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn; 2. Vorsitzende: Anette Plümpe, freie museumspädagogische Projektmitarbeiterin LWL Industriemuseum; Schriftführerin: Heike Herber Fries, freie Projektmitarbeiterin; Kassenwart: Dr. Gerhard Ribbrock, Kunstmuseum Alte Post, Mülheim. Als Beisitzerinnen im erweiterten Vorstand wurden gewählt: Bea Commandeur, LVR Industriemuseum Bergisch Gladbach; Angelika Wuszow, Stiftung Ruhr Museum, Essen; Anja Hoffmann, LWL Industriemuseum Dortmund.

Tagung des LVMP NRW e.V. und des Deutschen Röntgenmuseums Remscheid am 23. Mai 2011

„Lernen, Forschen, Experimentieren im Museum: Vermittlung von Naturwissenschaft und Technik von Anfang an“ – Das Schlagwort von der „Wis-

sensgesellschaft“ im 21. Jahrhundert bestimmt die öffentliche Diskussion, wenn es um die Zukunftschancen Deutschlands geht. Bildung und Ausbildung stehen mittlerweile auf der gesellschaftlichen Agenda weit oben. Die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen ist jedoch umfassender. Welche Erfahrungen können ihnen vermittelt, dass es immer wieder ein großes Abenteuer ist, die Welt aus ganz unterschiedlichen Perspektiven zu entdecken? Wie kann Lernen im außerschulischen Rahmen von Museen für Kinder und Jugendliche so gestaltet werden, dass Wissensvermittlung von Naturwissenschaft und Technik für sie anregend, nachhaltig und erfolgreich gelingt?

Neben einführenden Vorträgen zu pädagogisch-psychologischen Grundbedingungen des Lernens beleuchten die Beiträge im zweiten Teil die Vermittlung von Naturwissenschaft und Technik in der Praxis. Eine Museumsführung durch den Mini-Club des Deutschen Röntgen-Museums gestaltet das Programm abwechslungsreich. Projektinitiativen, Unternehmen und Ausbildungsstiftungen präsentieren sich zudem auf einem Ausstellerforum. Das Tagungsprogramm und weitere Informationen zur Anmeldung finden Sie unter: www.museumspaedagogik.org/AKMPPRW/index.php4.

Tagungsort: Deutsches Röntgen-Museum, Schwelmer Straße 41, 42897 Remscheid

Kontakt: Thomas Schiffer
Hochmeisterstraße 5-7
51065 Köln

Fon 0221-259 29 97, Fax 0221-491 45 530
Email: info@museums-management.de

Ausstellungen für Kinder- und Jugendliche

Informationen bündeln und ein Netzwerk lebendig erhalten: Dies sind die Ziele unserer kleinen Arbeitsgruppe innerhalb des BVMP. Nicole Scheda und Sabina Lessmann sind die Ansprechpartnerinnen. Wer Interesse hat, in einen Info-Mail-Verteiler zum Thema

„Kinderausstellungen“ aufgenommen zu werden bzw. wer Informationen zu Projekten, Ausstellungen, Übernahmeangeboten oder Terminen zum speziellen Thema „Kinderausstellungen/ Kindermuseen“ in Standbein Spielbein veröffentlichen möchte, schicke bitte Adresse und Infos an: sabina.lessmann@bonn.de

DAS HAMBURGER KINDER-ZIMMER. Olafur Eliasson und „Rot, Gelb, Blau“ in der Hamburger Kunsthalle

Einen kunstvollen Seh-, Erlebnis- und Spielort für wechselnde Themenausstellungen konnte die Hamburger Kunsthalle zusammen mit dem Künstler Olafur Eliasson entwickeln. Im Zentrum des Raums steht „Structural Evolution Project“, ein interaktives Werk von Eliasson, das sich mit seinen vielfarbigen Stäbchen und oktagonalen Verbindungskugeln zu unterschiedlichsten Strukturen, fantasievollen kristallinen Formen und Architekturen zusammenbauen lässt. An den Wänden laden Eliassons extra für den Ort geschaffene, teils verspiegelte Regalstrukturen jeden Besucher ein, sein selbst gebautes Werk zu präsentieren. Die zusätzlich im Kinderzimmer präsentierte Themenausstellung „Rot, Gelb, Blau“ bietet „Sinnestankstellen“, die den Spieltrieb der Kinder fördern und diese zum Schaffen eigener Werke anregen. Von zuhause aus können die Teile des Gesamtkunstwerkes zudem im Internet angesehen werden.

www.hamburger-kunsthalle.de

„Weltenkinder“. Ausstellung im Mondo Mio! Kindermuseum im Westfalenpark Dortmund

Am 12. Februar 2011 eröffnete NRW-Familienministerin Ute Schäfer im mondo mio! die bundesweit erste interkulturelle Ausstellung für Kinder im Alter von drei bis sechs Jahren. „WELTENKINDER“ bietet einen spielerischen Zugang zur kulturellen Vielfalt und will so Offenheit und Toleranz bereits im Kindergartenalter fördern. Die Ausstellung entstand in einem

Dialog zwischen Künstlern, Pädagogen und Familien mit und ohne Zuwanderungsgeschichte. Gemeinsam haben sie anhand künstlerischer Fragestellungen die Themen Heimat und Identität erforscht. Daraus sind Spiel- und Erfahrungsräume für Kinder und Erwachsene entstanden, die zum Mitmachen und Nachdenken über kulturelle Vielfalt einladen, rund um die Frage: „Kann man überall auf der Welt zuhause sein?“

mondo mio! Kindermuseum
im Westfalenpark
Florianstraße 2, 44139 Dortmund

Quam-Lehrgang 2011: Ausstellen für Kinder

Am 1. April 2011 startete an der Bundesakademie für kulturelle Bildung der QuAM-Lehrgang 2011. QuAM ist ein

Projekt zur Qualifizierung von MitarbeiterInnen in kommunikativen Arbeitsfeldern der Museen und der angrenzenden Gebiete der kulturellen Bildung und wird in Kooperation mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V. angeboten. Das diesjährige QuAM-Thema ist „Ausstellen für Kinder: Neue Zugänge und Methoden des Kuratierens für Kinder“. Ausgangspunkt ist, dass Ausstellungen für Kinder und Jugendliche längst keine Seltenheit mehr sind. Allerdings haben die Erwachsenen, die Kinderausstellungen realisieren, häufig eine ganz andere Vorstellung von den Inhalten und Gestaltungsformen als ihr Zielpublikum selbst. Um sich diese Perspektiven zu erschließen, kann es ausgesprochen hilfreich sein, sich an die Schnittstelle zu begeben, die sich eröffnet zwischen

den kuratorischen Aufgaben der klassischen Museumsarbeit und den Erfahrungen und innovativen Herangehensweisen professionell arbeitender Kinder und Jugendmuseen.

Der QuAM-Lehrgang besteht aus vier Seminaren, die die Bundesakademie dieses Jahr in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V. (BVMP) und dem Bundesverband deutscher Kinder- und Jugendmuseen e.V. (BVKJM) konzipiert. Das Leitungsteam von QuAM 2011 besteht aus Dr. Andreas Grünewald Steiger (Bundesakademie), Elisabeth Limmer (BVKJM) und Nicole Scheda (BVMP).

Bundesverband Museumspädagogik e.V.

www.museumspaedagogik.org
Bundesgeschäftsstelle des BVMP e.V.
c/o Landesstelle für die
nichtstaatlichen Museen
Alter Hof 2
80331 München
fon 089-189 107 61
info@museumspaedagogik.org

Baden-Württemberg

www.museumspaedagogik.org/VMP-BW
Verein für Museumspädagogik
Baden-Württemberg
Heike Vogel, Museumspädagogik
Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH
Seestraße 22
88045 Friedrichshafen
fon 07541-3801-40
fax 07541-3801-81
vogel@zeppelin-museum.de

Bayern

www.museumspaedagogik.org/LAKMPB
Landesarbeitskreis Museumspädagogik
Bayern e.V.
Regine Leipold M.A.
c/o Culthea – kulturpädagogik und
kommunikation
Drei-Kronen-Gasse 2
93047 Regensburg
fon: 0941-69 89 69 46
fax: 0941-69 89 69 45
lakmpb@museumspaedagogik.org

Hessen

Landesverband Museumspädagogik
Hessen e.V.
Dr. Lutz Fichtner
Hessisches Landesmuseum Darmstadt
Friedensplatz 1
64283 Darmstadt
fon 06151-165 776
lutz.fichtner@hlmd.de

Norddeutschland

www.rv-mp-nord.de
Regionalverband Museumspädagogik
Norddeutschland e.V.
Hans-Georg Ehlers
Schwedenspeicher/MPD
Am Wasser West
21683 Stade
fon 04141-32 22, fax -457 51
info@rv-mp-nord.de

Ostdeutschland

www.museumspaedagogik.org
Arbeitskreis Museumspädagogik
Ostdeutschland e.V.
Tanja Petersen
Jüdisches Museum Berlin
Lindenstraße 9-14
10969 Berlin
fon: 030-25 993 359, fax 030-25 993 412
t.petersen@jmb Berlin.de

Rheinland-Pfalz/Saarland

Arbeitskreis Museumspädagogik
Rheinland-Pfalz/Saarland e.V.
Sabine Geith
c/o Saarländischer Museumsverband e.V.
Wilhelm-Heinrich-Straße 39
66564 Ottweiler
fon 068 24-8161, fax: 068 24-700 505
s.geith@museumsverband-saarland.de

Rheinland und Westfalen

www.museumspaedagogik.org/AKMPRW
Landesverband Museumspädagogik NRW e.V.
Gerhard Ribbrock
Kunstmuseum in der alten Post
Synagogenplatz 1
45468 Mülheim/Ruhr
fon 0208-455 41 72, fax -455 41 34
gerhard.ribbrock@muehlheim-ruhr.de

Freier Eintritt für Mitglieder

Die im Folgenden aufgeführten Museen gewähren bei Vorlage des Mitgliedsausweises des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. freien Eintritt. Die Liste wird künftig fortgesetzt und erweitert. (Hinweis: Erfahrungsgemäß lohnt sich auch bei den noch nicht gelisteten Museen eine Nachfrage).

Aalen: Limes Museum Aalen
St. Johannstraße 5
www.limesmuseum.de

Aalen: Urweltmuseum Aalen
Reichsstaedterstraße 1
www.museum-aalen.de

Augsburg: Römisches Museum
Dominikanergasse 15
www.kunstsammlungen-museen.de

Augsburg: H2-Zentrum für
Gegenwartskunst
Beim Glaspalast 1
www.kunstsammlungen-museen.de

Augsburg: Schaezlerpalais
Maximilianstraße 46
www.kunstsammlungen-museen.de

Augsburg: Maximilianmuseum
Fuggerplatz 1
www.kunstsammlungen-museen.de

Bad Oeynhausen: Deutsches Märchen-
und Wesersagenmuseum
Bad Oeynhausen
Am Kurpark 3
www.badoeynhausen.de/index.php?id=1240

Bad Oeynhausen: Museumshof
Bad Oeynhausen
Schützenstraße 35a
www.badoeynhausen.de/index.php?id=1277

Bayreuth: Kunst-Museum Bayreuth
Altes Rathaus, Maximilianstraße 33
www.kunstmuseum-bayreuth.de

Beckum: Stadtmuseum Beckum
Markt 1
www.beckum.de/kultureinrichtungen.html

Biberach an der Riß: Museum Biberach/
Braith-Mali-Museum
Museumsstraße 6
www.museum-biberach.de

Bielefeld: Naturkunde-Museum Bielefeld
Kreuzstraße 20
www.namu-ev.de

Bietigheim-Bissingen: Stadtmuseum
Hornmoldhaus, Hauptstr. 57
stadtmuseum@bietigheim-bissingen.de

Bonn: Stiftung Haus der Geschichte der
Bundesrepublik Deutschland
Willy-Brandt-Allee 14
www.hdg.de

Celle: Bomann-Museum Celle
Schloßplatz 7
www.celle.de

Darmstadt: Hessisches Landesmuseum
Darmstadt
Friedensplatz 1
www.hlmd.de

Deggendorf: Stadtmuseum Deggendorf
Östlicher Stadtgraben 28
www.stadtmuseum-deggendorf.de

Deggendorf: Handwerksmuseum
Deggendorf, Maria-Ward-Platz 1
www.stadtmuseum-deggendorf.de

Düsseldorf: Stiftung Museum Kunst Palast
Ehrenhof 4-5
www.smkp.de

Elmshorn: Industriemuseum Elmshorn
Catharinenstraße 1
www.industriemuseum-elmshorn.de

Frankfurt am Main: Kindermuseum
Frankfurt am Main
An der Hauptwache 15
www.kindermuseum.frankfurt.de

Frankfurt am Main: Senckenberg
Naturmuseum Frankfurt
Senckenberganlage 25
www.senckenberg.de

Friedrichshafen: Zeppelin Museum
Friedrichshafen
Seestraße 22
www.zeppelin-museum.de

Friedrichshafen: Dorniermuseum
Friedrichshafen
Claude-Dornier-Straße 1
www.dorniermuseum.de

Furtwangen: Deutsches Uhrenmuseum
Robert-Gerwig-Platz 1
www.deutsches-uhrenmuseum.de

Gelsenkirchen: Kunstmuseum
Gelsenkirchen
Horster Straße 5-7
www.stadt.gelsenkirchen.de

Göppingen: Kunsthalle Göppingen
Marstallstraße 56
www.kunsthalle-goepingen.de

Gutach: Schwarzwälder Freilichtmuseum
Vogtsbauernhof
www.vogtsbauernhof.org

Hagen: Karl Ernst Osthaus-Museum
Museumsplatz 1
www.osthausmuseum.de

Hamburg: Internationales Maritimes
Museum
Kaispeicher B Koreastraße 1
www.internationales-maritimes-museum.de

Heidelberg: Kurpfälzisches Museum
der Stadt Heidelberg
Hauptstraße 97
www.museum-heidelberg.de

Heilbronn: Museum im Deutschhof
Deutschhofstraße 6
www.museen-heilbronn.de

Heilbronn: Kunsthalle Vogelmann
Allee 28
www.museen-heilbronn.de

Hilchenbach: Stadtmuseum Hilchenbach
in der Wilhelmsburg
Im Burgweiher 1
www.hilchenbach.de/standard/page.sys/172.htm

Hüfingen: Römerbadmuseum Hüfingen
Hauptstraße 16
www.huefingen.de

Karlsruhe: Staatliche Kunsthalle Karlsruhe
Hans-Thoma-Straße 2-6
www.kunsthalle-karlsruhe.de

Kiel: Medizin- und Pharmaziehistorische
Sammlung
Brunswiker Straße 2
www.med-hist.uni-kiel.de

Kranenburg: Museum Katharinenhof
Kranenburg
Mühlenstraße 9
www.museumkatharinenhof.de

Lüneburg: Ostpreußisches
Landesmuseum Lüneburg
Ritterstraße 10
www.ostpreussisches-landesmuseum.de

Mannheim: Technomuseum
Landesmuseum für Technik und Arbeit
Museumsstraße 1
www.technoseum.de

Markstift: Museum für Stadt- und
Familiengeschichte
Hauptstraße 27
www.markstift.de

Meersburg: Bibelgalerie Meersburg
Kirchstraße 4
www.bibelgalerie.de

Mülheim an der Ruhr: Kunstmuseum
Alte Post
Synagogenplatz 1
www.muelheim-ruhr.de/cms/kunstmuseum_muelheim.html

Münster: Bibelmuseum der Universität
Münster
Pferdegasse 1
www.uni-muenster.de/Bibelmuseum

Münster: Stadtmuseum Münster
Salzstraße 28
www.muenster.de/stadt/museum

Neckarsulm: Deutsches Zweirad-
und NSU-Museum
Urbanstraße 11
www.zweirad-museum.de

Neumarkt: Museum Lothar Fischer
Weiherstraße 7a
www.museum-lothar-fischer.de

Neumünster: Tuch+Technik Textilmuseum
Neumünster, Kleinflecken 1
www.tuch-und-technik.de

Oelde: Museum für Westfälische Literatur
Oelde, Landrat-Predeick-Allee 1
www.kulturgut-nottbeck.de/13789.0.html

Öhringen: Weygang -Museum
Karlsvorstadt 38
www.veygang-museum.de

Oerlingen: Archäologisches
Freilichtmuseum Oerlingen
Am Barkhauser Berg 2-6
www.afm-oerlinghausen.de

Offenburg: Museum im Ritterhaus
Ritterstraße 10
www.museum-offenburg.de

Plön: Museum des Kreises Plön
mit norddeutscher Glassammlung
Johannisstraße 1
www.kreismuseum-ploen.de

Reutlingen: Städtisches Kunstmuseum
Spendhaus Reutlingen
Spendhausstraße 4
www.reutlingen.de/kunstmuseum

Singen: Archäologisches Hegau-Museum
Am Schloßgarten 2
www.hegau-museum.de

Singen: Städtisches Kunstmuseum Singen
Ekkehardstraße 10
www.Kunstmuseum-singen.de

Soest: Burghofmuseum Soest
Burghofstraße 22
www.soest.de/03leben_wohnen/bildung_kultur_sport/museen/11704010000008042.php

Soest: Osthofentormuseum Soest
Osthofenstraße 2
www.soest.de/03leben_wohnen/bildung_kultur_sport/museen/11704010000008044.php

Soest: Wilhelm-Morgner-Haus Soest
Thomästraße 1
www.soest.de/bildung_kultur_sport/museen/11704010000008045.php

Stade: Freilichtmuseum Stade
Auf der Insel
www.stade-tourismus.de/de/1/entdecken/10/museen/61/freilichtmuseum_auf_der_insel/

Stade: Schwedenspeicher-Museum
Wasser West 39
www.sonderausstellung-schwedenspeicher.de

Stade: Kunsthaus Stade
Wasser West 7
www.ausstellung-kunsthau-stade.de

Stade: Heimatmuseum Stade
Inselstraße 12
www.stade-tourismus.de/de/1/entdecken/10/museen/60/heimatmuseum/

Stuttgart: Kunstmuseum Stuttgart
Kleiner Schloßplatz 1
www.kunstmuseum-stuttgart.de

Stuttgart: Haus der Geschichte Baden-
Württemberg
Konrad-Adenauer-Straße 16
www.hdgbw.de

Stuttgart: Theodor-Heuss-Haus
Feinbacherweg 46
www.Stiftung-heuss-haus.de

Uhlidingen-Mühlhofen: Pfahlbaumuseum
Unteruhldigen
Strandpromenade 6
www.pfahlbauten.de

Ulm: Donauschwäbisches Zentralmuseum
Schillerstraße 1
www.dzm-museum.de

Villingen-Schwenningen:
Franziskanermuseum
Rietgasse 2
www.villingen-schwenningen.de/kultur/staedtsche-museen/franziskanermuseum.html

Wadersloh-Liesborn: Museum Abtei
Liesborn
Abteiring 8
www.museum-abtei-liesborn.de

Weiden i.d. Oberpfalz: Internationales
Keramik-Museum
Luitpoldstraße 25
www.die-neue-sammlung.de

Ausgaben

Nr. 86, April 2010
Thema: Freie Mitarbeit –
Das prekäre Paradies

Nr. 87, August 2010
Thema: Der große Unbekannte –
Besucher und Nichtbesucher von
Museen

Nr. 88, Dezember 2010
Thema: Museumspädagogik
im Internet – Dokumentation,
Kommunikation, Marketing

Artikel

Bianca Bocatius, Digitale
Museumspädagogik. 88/2010,
S. 4-7

Thomas Brehm, Qualität sichern
ohne zu kontrollieren –
individuelle Einbindung freier
Mitarbeiter. 86/2010, S. 14-18

Julia Breithaupt, Thesen zu den
freien MitarbeiterInnen im
Museum. 86/2010, S. 45

Stephanie Buchholz, Building a
Transatlantic Bridge –
virtueller Schüleraustausch
mit amerikanischer Highschool.
86/2010, S. 56-58

Karsten Büttner, Ein Newsletter
für Ihr Museum – was auf Sie zu-
kommt. 88/2010, S. 24-26

Bernd Burmeister, Die Museums-
pädagogik im Deutschen
Historischen Museum Berlin.
86/2010, S. 26-28

Monika Dreykorn, schule@mu-
seum. Eine Initiative für lang-
fristige Kooperationen von
Schulen und Museen. 88/2010,
S. 30-32

Hans-Georg Ehlers, „Komm.
Museum“ – eine museumspäda-
gogische Online-Datenbank
für Niedersachsen und Bremen.
88/2010, S. 12-13

Lutz Fichtner, Die Arbeit freier
MuseumspädagogInnen am
Hessischen Landesmuseum
Darmstadt. 86/2010, S. 29-31

Harald Franke, Rechtliche Grund-
lagen der freien Mitarbeit in
Museen. 86/2010, S. 7-10

**Florian Friedrich/Uwe Rauten-
berg**, Kultur-Landschaft-Digital.
88/2010, S. 33-35

**Christiane Friedrich/Marcus
Geschke**, Die Stiftung Stadt-
museum Berlin im Focus
spezifischer Besucherforschung.
87/2010, S. 27-29

Martin Gebhardt, Still one Step
ahead – Museumspädagogik
im Web in England. 88/2010,
S. 8-11

Susanne Gesser, Auf die freien
MitarbeiterInnen kommt es an!
86/2010, S. 32-34

Matthias Hamann, Freie Mitar-
beit im Museumsdienst Köln.
86/2010, S. 35-37

Sebastian Hartmann, Museum2.0
– das Museum mit seinen „Fans“
in Echtzeit teilen. 88/2010, S.
17-20

Susanne Hattig, Gedanken zu einer
Schülerbefragung in der Gedenk-
stätte Bautzen. 87/2010, S. 23-26

Thorsten Heese, Geschichte be-
greifen. Eine Annäherung ans
Original. 87/2010, S. 48-52

Doris Hefner/Anke von Heyl,
Kontakte knüpfen im Netz – die
Gruppe „Museumspädagogik“
bei XING. 88/2010, S. 21-23

**Julia Heisig/Dagmar Wunder-
lich**, Die mobile Bildungsinitia-
tive „on.tour – Das JMB macht
Schule“. 87/2010, S. 34-36

Jan Willem Huntebrinker,
Dein Stadtbild – Hannover 2010.
88/2010, S. 49-51

- Gabriele Kindler/Alexandra Sturm**, Freie Mitarbeiter – eine „Visitenkarte“ des Museums. 86/2010, S. 19-22
- Henning Krieg**, Twitter, Facebook & Co.: Social Media rechtlich richtig nutzen. 88/2010, S. 27-29
- Kareen Kümpel**, Der Museumsdienst Hamburg. 88/2010, S. 14-16
- Regine Leipold/Gerhard Waldherr**, Freie Mitarbeit: Culthea im Historischen Museum und in der Städtischen Galerie Leerer Beutel in Regensburg. 86/2010, S. 23-25
- Anja Löffler**, Besucherforschung in Museen – Eine Einführung. 87/2010, S. 4-7
- Anja Löffler**, Haben Sie das Wort „Weihnukka“ schon einmal gehört? 87/2010, S. 40-43
- Jost Lohmann**, Kalkulieren und rechnen – bis hin zur Mehrwertsteuerfalle. 86/2010, S. 40-41
- Léontine Meijer-van Mensch**, Inspiring Learning for All als eine mögliche nachhaltige Zukunft für Museen in den Niederlanden. 87/2010, S. 18-19
- Tobias Nettke**, Die Führung als Methode der Vermittlung im Museum. 88/2010, S. 55-58
- Tobias Nettke/Inga Harren**, Zum Stand der qualitativen Forschung über Führungen. 88/2010, S. 59-61
- Willy Nordhausen**, Das Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) 86/2010, S. 12-13
- Christine Nowak**, KOMM ins Web. Komm ins Museum. 88/2010, S. 39-41
- Marc Olejniczak**, Eine Woche im Leben eines freien Museumspädagogen. 86/2010, S. 38
- Ariela-Maria Perl**, Museum ausprobieren – ein Naturkundemuseum in der Kinderstadt „Halle an Salle“. 88/2010, S. 52-54
- Andrea Prehn**, Von notorischen Nicht-Besuchern und potenziellen neuen Besuchern. 87/2010, S. 12-17
- Andrea Prehn**, Eine kurze Übersicht über das Verhältnis deutscher Museen zum Internet. 88/2010, S. 42-44
- Katrin Rüter de Escobar**, Freie Mitarbeiter und Honorarkräfte im Museum: Haftung und Versicherungsschutz. 86/2010, S. 11-13
- Beatrix Sauter**, Der Museumsbesuch als Flashmob? 87/2010, S. 53-56
- Elke Schaar**, Wenn blinde und sehbehinderte Schüler ein Museum für sich entdecken. 87/2010, S. 30-33
- Beate Schneider/Jana Hugler**, EVOLUTIONTOUR – eine mobile Ausstellung in zwei Seecontainern. 87/2010, S. 37-39
- Heike Scholz**, Der große Unbekannte – Besucher und Nichtbesucher im Landesmuseum Württemberg. 87/2010, S. 20-22
- Frank Scholze**, Interne und externe Freie: eine Lizenzregelung. 86/2010, S. 44
- Sibylle Schwab**, Ehrenamt als Konkurrenz zur freien Mitarbeit? 86/2010, S. 42-43
- Werner Schweibenz**, Museen, Web 2.0 und Benutzerbeteiligung. 86/2010, S. 47-51
- Yvonne Stecklum/Sophia Gröschke**, Weimarpedia – Neue Wege der kulturellen Bildung in Weimar. 88/2010, S. 36-38
- Gisela Weiß**, Qualität sichern – Bedeutung und Funktion von Publikumsforschung und Evaluation. 87/2010, S. 8-11
- Mila Wenk**, Arnold-Vogt-Preis 2009 an Studie über „Frühkindliche Bildung im Museum“. 86/2010, S. 52-55
- Ute Wiegel/Ute Wolf/Lioba Leibig**, Die Bionik-Schatzkiste. 87/2010, S. 44-47
- Olaf Zimmermann**, In der Krise zusammenstehen. 86/2010, S. 4-6

