

2



spielbein standbein

MUSEUMSPÄDAGOGIK AKTUELL · NO. 98 · APRIL 2014

Freiräume schaffen – Jugendliche im Museum

Das Heft bündelt die Inhalte und Fragestellungen zweier Tagungen: Die Fachtagung „Jugendfreie Zone? Jugendliche und kulturelle Bildung“ im April 2012 in Ulm, organisiert vom Verein für Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V., und die Jahrestagung des Landesverbandes Museumspädagogik Nordrhein-Westfalen e.V. im September 2013 in Bensberg mit dem Titel „Freiräume schaffen. Jugendliche im Museum“. In besonderem Fokus stehen dabei die Heraus- und Anforderungen von außerschulischen und Freizeitangeboten für Jugendliche.

Kein Anspruch auf Vollständigkeit: Die Ausgabe spricht viele Wege und Möglichkeiten an, Jugendliche zu erreichen – seien es Erscheinungsbild, Kommunikation, Architektur, Jugendbeteiligung. Auf einführende Artikel von B. Commandeur/S. Mergen und H. Vogel zu den Tagungsinhalten folgen Beiträge von Tagungsreferenten mit fundierten Einblicken in die Themen „Jugend heute“ (W. Gaiser), „Zur kulturellen Partizipation jugendlicher Zielgruppen“ (S. Keuchel) und „Wahrnehmungswandel durch neue Medien“ (F. J. Röhl). Auf den folgenden Seiten stellen FachkollegInnen ihre Ansätze zur Arbeit mit Jugendlichen vor – größtenteils wurden diese im Rahmen von Workshops auf den Tagungen diskutiert. Was trägt zum Gelingen bei? Jugendexperten, Gäste der Podiumsdiskussion der Tagung „Freiräume schaffen. Jugendliche im Museum“, sprechen ihre Empfehlung zur Arbeit mit Jugendlichen aus. Nicht zuletzt kommt die Jugend selbst zu Wort – „Partizipation“ spielt eine zentrale Rolle für erfolgreiche Jugendarbeit – auch in Museen. In informativen Interviews geben museumsaffine Jugendliche preis, wie sie ihren Weg ins Museum fanden und was sie zum Bleiben animiert.

Dank gebührt den beiden Organisationsteams der Tagungen aus dem Verein für Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V. und dem LVMP NRW e.V. sowie Andreas Würbel, Thomas Morus Akademie Bensberg, und dem Donaueschinger Zentralmuseum Ulm als Gastgeber und Unterstützer.

Ferner sei dem Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V. (BKJ) für die finanzielle Unterstützung der Fachtagung „Freiräume schaffen. Jugendliche im Museum“ und des Themenheftes besonders gedankt.

Monika Demler
(Redaktion Schwerpunktthema)

Die August-Ausgabe 2014 von **Standbein Spielbein** hat als Schwerpunkt das Thema **„Philosophieren im Museum“**. Redaktionsschluss ist der 15. Juni 2014.

Redaktion Schwerpunktthema:
Silke Straatman
(s.straatman@ol-ig.de)

Die Dezember-Ausgabe von **Standbein Spielbein** hat als Schwerpunkt das Thema **„Inklusion“**. Redaktionsschluss ist der 15. Oktober 2014.

Redaktion Schwerpunktthema:
Monika Demler
monika.demler@gmx.de

Impressum

Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell
Nr. 98, April 2014
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
Themenredaktion: Monika Demler
Redakteur Forschung: Tobias Nettke
Titelfoto:
Jugendclub des Museum Kunstpalast, Wandmalprojekt 2012.
Foto: Birgit Huebner
Layout und Satz:
typografik, Michael Schulz, Hamburg
E-mail: ms.typografik@gmx.de
Druck:
Druckerei der JVA Fuhlsbüttel, Hamburg
Anzeigen:
Preise nach Anzeigenpreisliste 1/14,
Redaktionsschluss für Anzeigen nach Absprache
Erscheinungsweise und Bezug:
Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell
erscheint 3x jährlich (Jahresabo EUR 22,-,
Einzelheft EUR 8,-)
Für Mitglieder des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V.
ist der Bezug der Zeitschrift im Mitgliedsbeitrag enthalten.
Bankverbindung:
IBAN: DE90 200 100 200 003 280 205
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. 99
erscheint im August 2014.
Redaktionsschluss ist der 15. Juni 2014.
Wir freuen uns über LeserInnenbriefe und Manuskripte,
behalten uns allerdings Abdruck, Kürzungen und Änderungen
vor.

thema

Bea Commandeur/Simone Mergen , Freiräume schaffen – Jugendliche im Museum	4
Heike Vogel , Jugendfreie Zone? Jugendliche und kulturelle Bildung	6
Wolfgang Gaiser , Jugend heute – Lebenslagen, Einstellungen, Partizipationsformen	9
Susanne Keuchel , Quo vadis Jugend-Kulturvermittlung?	15
Franz Josef Röhl , Wahrnehmungswandel durch neue Medien	20
Oliver Gies , „Jugendgerechte“ Ausstellungen?	25
Anne Vogt , Jugendliche begeistern	26
Monika Zessnik , Wünsch dir was!	27
Chantal Eschenfelder , Auf dem Weg zum digitalen Museum	29
Kristina Rahe , „Jugend ins Zentrum!“ bekennt Farbe	31
Regina Ille-Kopp , „Soziales Engagement“ im Stadtmuseum Hornmoldhaus	33
Annette Lein/Nicola Wenge , „dzokkis“ – Jugendliche in der KZ-Gedenkstätte Oberer Kuhberg Ulm	35
S. Al-Diban/Th. Gensicke/Chr. Kohler/S. Lehmann-Klausch , Vier Experten – vier Empfehlungen	37
Jugendprojekte – Jugend im Interview	40
Stöberseite	50

museobilbox

Heike Herber-Fries , Ein Jahr MuseobilBox – Lokale Bündnisse und ihre Maßnahmen	51
--	----

forschung

Laura Heeg/Fabian Hofmann , Pädagogische Situationen im Spiegel von Fotografien	54
--	----

projekte

Marita Thöle , „Kultur schnuppern“ – eine Idee macht Schule	59
Caroline Buffet , Begegnung und Dialog rund um die Kunst	61

rubriken

editorial	2
impresum	2
publikationen	64
treffen – tipps – termine	65
neues vom verband	69

Freiräume schaffen – Jugendliche im Museum

Jahrestagung LVMP NRW e. V. 2013

Beatrix Commandeur/Simone Mergen

„Freiräume schaffen!“ – am auffordernden Charakter des Hefttitels wird deutlich, dass mit der Frage nach dem Besuch von Jugendlichen in Museen – in erster Linie in der Freizeit – eher Herausforderungen als Ergebnisse unserer Arbeit zu behandeln sind. Die Diskussionen führen oft an einen grundsätzlichen Punkt: Sind Jugend und Museum überhaupt miteinander vereinbar? Oder sollten wir eher warten, bis aus den „anstrengenden“ Teenies „vernünftige“ erwachsene Museumsbesucher geworden sind? Provokant gefragt: Sind Jugendliche eine Zielgruppe, der sich die Museumspädagogik besonders widmen sollte? Oder müssen Jugendliche – im Sinne eines „Museums für alle“ – nicht Zielgruppe sein? Sind unsere Museen und Ausstellungen für Jugendliche geeignet? Sind unsere museumspädagogischen Programme für Jugendliche geeignet? Kommen Jugendliche überhaupt in ihrer Freizeit ins Museum, oder beschränken sich unsere Kontakte auf die obligatorischen Schulbesuche? Wenn wir ein Freizeitort für Jugendliche sein wollen – wie können wir deren kulturelle Teilhabe im Museum ermöglichen? Wie weit können (oder müssen) Jugendliche diese selbst gestalten (können)? Arbeiten wir auf Augenhöhe mit ihnen, halten wir Auseinandersetzungen aus, sehen wir in ihnen nicht nur die künftigen erwachsenen Museumsbesucher?

Was wissen wir heute über Jugendliche? Mit dieser Frage starten die Beiträge im Heft. Für Erwachsene gilt, dass wir über eine Fülle von Erinnerungen an unsere Jugendzeit verfügen – positive wie negative. Aber verstehen wir dadurch Jugendliche heute? Lassen sich unsere Erfahrungen auf die Gegenwart übertragen? Gibt es Konstanten, die immer gleich bleiben, unabhängig von Medienrevolution, wechselnden Moden, Idolen, Bildungssystemen und Generationenkonflikten? Was ist heute anders, wenn man über 12 und unter 24 Jahre alt ist? Wie können wir Erwachsene mehr Wissen über Jugendliche sammeln, um bestehende Projektionen und Klischees zu widerlegen, zu bestätigen, zumindest differenzierter zu sehen?

Dazu äußerten sich Fachkräfte verschiedener Disziplinen, der Psychologie, der Medien- und Kulturforschung und der Jugendforschung. Zu Wort kamen aber insbesondere Jugendliche selbst, die in zahlreichen Beispielen erläuterten, welche Bedingungen Museen erfüllen müssen, um für Jugendliche attraktiv zu sein. Die Erfahrungen von Museumspädagogen, Ausstellungs- und Mediengestaltern bestätigen diese Bedingungen für gute gemeinsame Jugendprojekte. Dem Gedanken der Freiräume folgend, lassen sich einige zentrale Aspekte festhalten:

- *Räume schaffen:* Den Gedanken der Freiräume ganz konkret aufgreifen, heißt nach geeigneter Museumsarchitektur fragen. Jugendliche reagieren auf einladende Räume, wünschen sich Treffpunkte, können bei der Beschaffung von geeignetem Mobiliar, bei der Gestaltung ihrer Treffpunkte und Arbeitsräume einbezogen werden. Auch die Ausstellungsarchitektur kann jugendgerecht gestaltet sein.

- *Freiräume gemeinsam entwickeln:* Besonders positive Erfahrungen entstanden da, wo Jugendliche beteiligt wurden. Sie möchten von Anfang an mit dabei sein, gemeinsam Programme entwickeln, ernst genommen werden und auf Augenhöhe mit den Museumsmitarbeitern agieren.
- *Freiräume von Schule:* Jugendliche wünschen sich Räume der Freiheit von durchorganisiertem Alltag, von Zeit- und Gruppendruck, von Freizeitstress. „Museen sollten Orte werden, wo sich Jugendliche wohlfühlen, weil sie sich loslösen, abgrenzen können“, betonte Dr. phil. Sabine Al-Diban in der Podiumsdiskussion (vgl. Beitrag Sabine Al-Diban).
- *Freiräume zum Ausprobieren:* Jugendliche bewerten die Gelegenheit zum Ausprobieren, zum Entdecken, Entwickeln ohne Ergebnis- und Erfolgsdruck positiv. Auch die Option, am Ende eines kreativen Prozesses „scheitern zu können“, wurde hervorgehoben. Diese Freiheit zum Experimentieren gilt auch für das Museum: Museen müssen sich im Anblick dieser Veränderungen als „lernende Organisation“, wie Franz-Josef Röhl sie bezeichnet, verstehen. Dies bedeutet „nicht nur ein vorbestimmtes Ziel zu verfolgen, sondern vor allem auch von den BesucherInnen zu lernen und deren Ressourcen im Blick zu haben. So entstehen komplementäre Lernprozesse, bei denen die BesucherInnen zu KoproduzentInnen werden“, machte Franz-Josef Röhl deutlich (vgl. Beitrag Franz-Josef Röhl).
- *Freiräume in der Kommunikation:* Museen müssen neue Wege der Kommunikation mit Jugendlichen gehen. Hierbei spielt die Nutzung neuer Medien eine gewisse Rolle, aber die Präsenz in sozialen Netzwerken wird von Erwachsenen oft überbewertet. „Reale und virtuelle informelle Netze sind ein wichtiger intermediärer Bereich, über den sich – gerade in der Jugendphase – emotional und sozial viel entwickelt. Reizvoll ist aber das eher klassische Moment: Diejenigen, die man schon kennt, an einem interessanten Abend wiederzusehen, spielt eine motivierende Rolle“, betonte Dr. Wolfgang Gaiser auf der Tagung (vgl. Beitrag Wolfgang Gaiser). Für die zielgruppengerechte Kommunikation erscheinen Aspekte wie jugendgerechte Sprache und Visualisierung, sowie eine Ansprache von Jugendlichen für Jugendliche wichtiger.
- *Freiräume durch neue Kooperationen:* Externe Partner können helfen, jugendgerechte Programme zu gestalten. Jugendzentren, Freizeiteinrichtungen im Sozialraum verfügen über Erfahrungen, die in die museumspädagogische Arbeit integriert werden

können. „Kooperationsstrategien, die das soziale Umfeld und die Peergroup einbeziehen, können dabei helfen, Charaktermerkmale non-formaler Bildungsprozesse in die Kulturvermittlung zu integrieren“, meinte auch Prof. Dr. Susanne Keuchel in ihrem Vortrag (vgl. Beitrag Susanne Keuchel).

Erfahrungen und Ergebnisse aus den Jugendprojekten verdeutlichen die Fülle an Aufgaben, wenn Museen jugendgerechtere Freizeit- und Bildungsorte werden möchten. Aber versteht man diese Projekte als Experimentierlabor für Bildungs- und Vermittlungsstrategien, so entsteht ein Qualitätsgewinn für die Arbeit mit allen Zielgruppen.

Beatrix Commandeur
LVR-Industriemuseum Bergisch Gladbach
Alte Dombach
51465 Bergisch Gladbach
beatrix.commandeur@netcologne.de



Beatrix Commandeur, Historikerin, seit 1992 wissenschaftliche Referentin beim LVR-Industriemuseum mit dem Schwerpunkt Museumspädagogik: Vorstandsarbeit für den Landesverband Museumspädagogik NRW e.V. und den Bundesverband Museumspädagogik e.V. seit 1993.

Dr. Simone Mergen
Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland
Willy-Brandt-Allee 14
53113 Bonn
mergen@hdg.de



Dr. Simone Mergen ist seit 2006 Bildungsreferentin bei der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland; seit 2007 Lehrbeauftragte am Historischen Institut der Universität Bonn; Vorsitzende des LVMP NRW e.V. seit 2011.

Jugendfreie Zone?

Jugendliche und kulturelle Bildung

Heike Vogel

Das Museum ist eine „jugendfreie Zone“ – zu diesem provozierenden Statement hatte der Verein für Museumspädagogik Baden-Württemberg am 12. und 13. April 2012 im Donauschwäbischen Zentralmuseum Ulm eine zweitägige Tagung organisiert. Die TeilnehmerInnen wurden vor der Tagung gebeten, ihre Erfahrungen mit Jugendlichen im Museum als „Gepäckstücke“ mitzubringen. Kleine Kofferskizzen trugen die Aufschriften und forderten zum Sammeln und Niederschreiben des museumspädagogischen Erfahrungsschatzes auf:

- *Was hält Jugendliche vom Museum fern?*
- *Positiver/negativer Verlauf einer Aktion mit Jugendlichen im Museum*
- *Welche Methoden eignen sich für Jugendliche/welche Methoden wenden sie an?*
- *Was wünschen sich Jugendliche im Museum?*

Diese Inhalte der „Gepäckstücke“ bilden die Grundlage für die folgende Zusammenfassung. Allen indirekten MitautorInnen sage ich herzlichen Dank dafür, dass sie ihr umfangreiches Wissen geteilt haben.

Impressionen der Tagung „Jugendfreie Zone“ 2012 in Ulm



Museum – keine jugendfreie Zone

Natürlich sind Jugendliche als Besuchergruppe sehr wohl in Museen zu finden. Vor allem im Schulklassenverband im Rahmen von Schulausflügen, Studienfahrten und Landschulheimaufenthalten bilden die 10- bis 18-Jährigen einen großen Besucheranteil. Für die meisten Schülergruppen werden Führungen gebucht, Quizbögen oder andere museumspädagogische Materialien angefordert. Denn die LehrerInnen sind sich der Problematik bewusst, die in dem ungleichen Duo Jugendliche/r – Museum steckt und sie suchen nach Hilfsmitteln, um den SchülerInnen den Weg zur kulturellen Bildung zu ebnet.

Spaßbremse Museum?

Es gibt zahlreiche Faktoren, die das Gelingen eines Museumsbesuches mit Jugendlichen beeinflussen. Oftmals entfalten diese Einflüsse ihre Wirkung sogar schon vor dem Betreten des Museums. Haben Eltern und Lehrer zum Museumsbesuch gedrängt, ihn aber inhaltlich nicht gemeinsam mit den Jugendlichen vorbereitet und das Thema der Ausstellung nicht den Interessen der jungen Besucher entsprechend gewählt, sehen die SchülerInnen das Programm als reine Pflichtveranstaltung an und absolvieren es ohne große Motivation. Stehen vielleicht sogar mehrere Museen an einem Tag auf dem Plan oder ist ein anstrengendes sportliches Programm dem Kulturprogramm vorgeschaltet, wird mit großer Wahrscheinlichkeit keinerlei Begeisterung beim Museumsbesuch aufkommen. Müdigkeit, Durst und Hunger, fehlende Sitzgelegenheiten und autoritäres Aufsichtspersonal wecken dann den dringenden Wunsch, das Museum möglichst schnell wieder zu verlassen und zunächst die Grundbedürfnisse zu befriedigen. Vor allem Jugendliche ohne Museumserfahrung kommen zusätzlich noch mit dem Vorurteil, Museen seien langweilig, die ausgestellten Themen meist unverständlich präsentiert und nur für Ältere gedacht. Sie ordnen das Museum als reinen Lernort ein und lehnen es pauschal ab.

„Das hätte ich ja nicht gedacht, dass es im Museum so spannend ist!“

Vermittler, die am Ende ihres Rundganges von SchülerInnen einen solchen Kommentar hören, haben alles richtig gemacht. Aber was konkret haben sie getan, um die ablehnende Haltung der jungen Besuchergruppe aufzubrechen und ins Gegenteil zu verkehren?

Zunächst einmal sind sie offen und ohne Vorurteile auf die junge Besuchergruppe zugegangen. Die älteren Jugendlichen ab 16 werden gesiezt, um zum Ausdruck zu bringen, dass sie als Partner auf Augenhöhe gesehen und ernst genommen werden. Die VermittlerInnen set-

zen auf den Dialog, legen Wert darauf, dass die Jugendlichen ihre Fragen stellen, ihre Meinung äußern. So kann jede Führung individuell auf die Interessen der Gruppe abgestimmt werden. Ein neugierig machender Einstieg, Verzicht auf belehrende Monologe, Einsatz von haptischem Zusatzmaterial und das Schaffen von Situationen, in denen die Jugendlichen selbst aktiv werden können sind unerlässliche „Zutaten“.

Dabei achten die VermittlerInnen auf eine passende Sprache: Sie darf nicht zu wissenschaftlich sein, aber auch auf keinen Fall anbiedernd (Jugendsprache). Wenn die geführte Gruppe dann noch die Gelegenheit bekommt, immer mal wieder zu sitzen, in Kleingruppen selbst gewählte Aufgaben ausführen und im Plenum vorstellen zu können, LehrerInnen und MitschülerInnen ihre Anerkennung für die geleistete Arbeit zeigen, ist fast jedes Thema oder fast jede Ausstellung Jugendlichen nahezubringen. Denn sie möchten – wie alle Menschen – Neues erfahren, überrascht werden, sie suchen Erlebnisse und Unterhaltung. Bezüge zum Lebensalltag der Jugendlichen sind dabei wichtig, eine Vermittlung über aktuelle Medien oder leicht verständliche Hands-on-Bereiche wird besonders gern angenommen.

Wunsch und Verwirklichung

Sehr klar äußern Jugendliche selbst ihre Vorstellungen über die Gestaltung von Museen und Ausstellungen: Sie wünschen sich wenig Text, kurze Wege und eine klare Orientierung, Piktogramme, bequeme Sitzgelegenheiten – mit einem Wort Wohlfühlatmosphäre.

Handwerkszeug der VermittlerInnen sind erprobte kreative, handlungsorientierte und theaterpädagogische Methoden. Anspruchsvolle künstlerische oder technische Arbeiten stehen im Vordergrund. Dabei kann es sich um kreatives Schreiben, Poetry-Slam, Fotografieren, Filmen oder die Anwendung künstlerischer Techniken oder Experimente handeln. Einsatz von Musik, aber auch ansprechend gestaltete Arbeitsblätter oder Quizbögen haben sich bewährt. Das Anfertigen einer Gemeinschaftsarbeit innerhalb des Klassenverbandes und die Beschäftigung mit ergebnisoffenen Arbeitsaufträgen fordern und fördern viele Kompetenzbereiche.

Für langfristige Projekte gibt es nachahmenswerte Beispiele von Jugendclubs, der Einbindung von Jugendlichen in den Ausstellungsalltag, Medien- oder Trickfilmworkshops – kurz: Projekte, bei denen die Jugendlichen etwas tun, was hinterher im Museumsalltag verwendet wird. Nicht zu vergessen ist bei diesen Langzeitprojekten der Aspekt, soziale Kontakte knüpfen zu können, gemeinsam neue Erfahrungen zu machen und zu reflektieren, selbständig, d.h. ohne Aufsicht zu arbeiten, auch einmal spielerisch zu agieren ohne immer die Wissensvermittlung im Blick zu haben. Wichtig ist die Möglichkeit, Themen aus dem eigenen Interessensbereich und



der eigenen Lebenswirklichkeit auswählen zu können. Diese Projekte sprechen vor allem junge Menschen mit einer positiven Einstellung zu kulturellen Themen und den entsprechenden Institutionen an und sind, trotz aller Selbstbestimmung, betreuungsintensiv. Ein fester Ansprechpartner ist notwendig, der auch langfristig zur Verfügung steht.

Plädoyer für Qualifizierung und Festanstellung

Um all diese Möglichkeiten zu nutzen, um Jugendliche für kulturelle Bildung und damit auch für Museen zu interessieren, sind Voraussetzungen zu erfüllen. An die Museumsleitungen und Finanziere geht der dringende Appell „Stellt angemessene Räume und qualifiziertes pädagogisches Personal zur Verfügung!“ Gut aus- und weitergebildete Museumspädagogen und Museumspädagoginnen, die fest angestellt und angemessen bezahlt sind und die eine Stimme innerhalb der Institution Museum haben, die von den Museumsleitungen und den Kuratoren ernst genommen wird, sind *die* Grundlage für eine erfolgreiche Arbeit mit Jugendlichen. Gebt dieser Besuchergruppe Räume und Freiheit, ihre Ideen

ins Museum einzubringen. Nur so können sich Museen ändern, für alle Besuchergruppen attraktiv werden und endlich das Etikett „langweilig und realitätsfern“ verlieren.

Heike Vogel
Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH
Seestraße 22
88045 Friedrichshafen
vogel@zeppelin-museum.de



Heike Vogel M.A., geb. 1961; Studium der Kunstgeschichte, Europäischen Ethnologie und Vor- und Frühgeschichte; Leiterin der Museumspädagogik im Zeppelin Museum Friedrichshafen, Vorsitzende des Vereins für Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V.

Jugend heute

Lebenslagen, Einstellungen, Partizipationsformen

Wolfgang Gaiser

Jugend heute und Aktualität der Partizipation

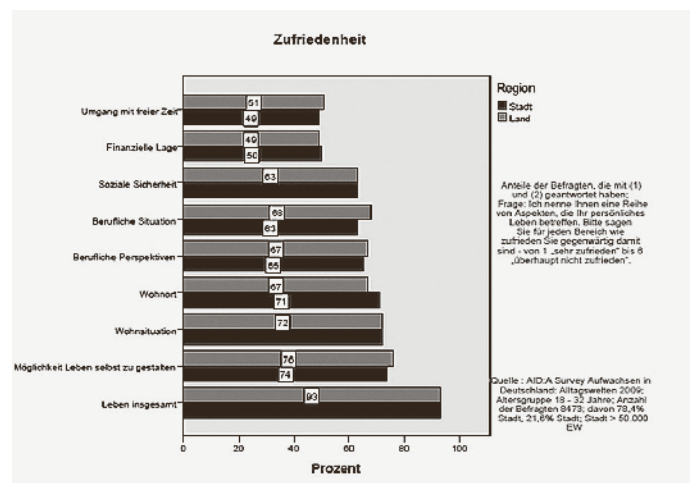
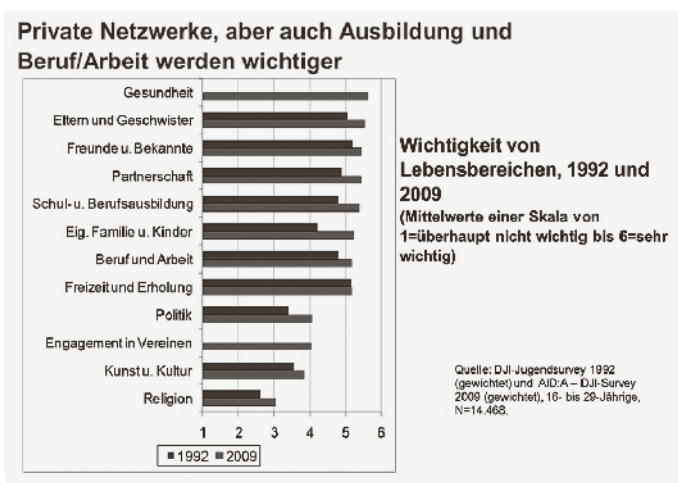
Wird die Partizipation und gesellschaftliche Teilhabe Jugendlicher thematisiert, so spielt die globale Veränderung des Wirtschaftswesens sowie die Finanzkrise und deren Folgen für die nachwachsende Generation eine hervorgehobene Rolle: Die junge Generation hat nicht nur die für die Adoleszenzphase typischen biografischen Herausforderungen beim Erwachsenwerden zu bewältigen. Sie hat auch erhebliche Probleme zu meistern, die durch den gesellschaftlichen Wandel für sie gegeben sind. Aktuelle Diagnosen gibt es sowohl zu dramatischen Szenarien als auch zu optimistischen Zukunftsperspektiven – je nachdem auch, von welchen Jugendlichen gesprochen wird. Um einen realistischen Blick darüber zu gewinnen, wie die Jugend heute ihre Lebenssituation sieht und bewertet, müssen deshalb breit angelegte sozialwissenschaftliche Untersuchungen herangezogen werden. Grundlage der folgenden Analysen sind die Daten verschiedener empirischer Untersuchungen. In erster Linie sind dies der DJI-Jugendsurvey sowie der DJI-Survey AID:A „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten“ für den Zeitraum von 1992 bis 2009.¹

Die Wichtigkeit von Lebensbereichen

Die Hinwendung junger Menschen zur Gesellschaft wird in der Wertschätzung unterschiedlicher Lebensbereiche erkennbar. Die Bedeutung von Politik, Kunst und Kultur (sowie Religion) ist im Kontext der hoch bewerteten privaten Bereiche (Familie und Freunde) sowie von Schule, Ausbildung und Arbeit für junge Menschen eher peripher, wenn auch in gewissem Maße zunehmend.

Verdichtung und Formierung der Jugendphase

Zeitdruck, Stress und Leistungsdruck sind ein gesellschaftlich erzeugtes Merkmal der Lebensphase zwischen Kindheit und Erwachsensein. Verdichtung und Formierung sind Begriffe, die diese Entwicklung annäherungsweise etikettieren können. Neben der nach wie vor festzustellenden Individualisierung und Pluralisierung der familialen und außerschulischen Lebenswelten Jugendlicher lassen sich gleichzeitig eine ganze Reihe von Entwicklungen erkennen, die als Verdichtung und Formierung der Jugendphase beschreibbar sind. „Verdichtung“ betont dabei, dass die traditionellen Aufgaben des Jugendalters in nicht nur kürzerer Zeit, sondern auch in gedrängterer Form bewältigt werden müssen.² Hinzu kommen neue, teilweise diffuse Lernanforderungen (z.B. Umgang mit Diversity, rasanter technologischer und sozialer Wandel, Multitasking usw.). Zusätzlich zeichnen sich Tendenzen einer stärkeren Formierung, Institutionalisierung und Kontrolle ab. Dies bringt vielfältige neue Widersprüche und Ambivalenzen mit sich, z.B. zwischen gleichzeitiger Entgrenzung und Grenzsetzung, zwischen gleichzeitigem Diffus- wie auch Verbindlichwerden von Standards und Orientierungen.



Wie reagieren junge Menschen auf die Verdichtung und Formierung der Jugendphase?

Einerseits: Unzufriedenheit mit der Zeitautonomie
Wie bewerten junge Menschen im Spektrum ihrer Lebenslagen von beruflichen, privaten, finanziellen, lokalen und Anderem die Möglichkeit, über den Umgang mit ihrer freien Zeit verfügen zu können? Wie bewertet die Jugend ihre Zeitautonomie? Im gesamten Spektrum der Aspekte von Lebenszufriedenheit ist das Thema Zeit Spitzenreiter der Unzufriedenheit und das nicht nur im Druck der Großstädte, sondern auch in den ländlichen Regionen.

Andererseits: Hohe Zeitinvestition für politisches und gesellschaftliches Engagement
Weil die Jugend heute zu großen Teilen nicht passiv, resignativ, konsumorientiert und individualistisch auf die angedeuteten gesellschaftlichen Umstände reagiert, soll im Folgenden versucht werden, eine empirisch-soziologische Diagnose zur gesellschaftlichen und politischen Partizipation als bewusst Zeit investierende und öffentlichen Raum aneignende Aktivität zu leisten. Dabei werden einerseits strukturelle Faktoren wie Bildung, Gender, Migrationshintergrund sowie Unterschiede zwischen den alten und neuen Bundesländern, aber auch subjektive Faktoren wie das politische Interesse und Selbstwirksamkeitserwartungen berücksichtigt.

Soziale Partizipation in der Altersspanne von 13 bis 32 Jahren

In der jugendsoziologischen Diskussion und empirischen Analyse der Lebensphase zwischen Kindheit und Erwachsensein wird mittlerweile ein sehr breites Altersspektrum in den Blick genommen: die Altersspanne von 13 bis 32 mit all ihren dynamischen Veränderungen beim Erwachsenwerden. Dementsprechend soll im Folgenden bei der Betrachtung verschiedener Formen sozi-

aler Partizipation der Aspekt des Lebensalters besondere Berücksichtigung finden.

Die Mitarbeit und Mitgliedschaft in Organisationen, Vereinen und Verbänden ist einerseits eine wichtige Voraussetzung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Funktionieren demokratischer Systeme. Sie bietet andererseits auch jungen Menschen Chancen eines Kompetenzerwerbs. Mitgliedschaft und Aktivitäten bringen auch Vernetzung und soziale Integration mit sich. Oft verstärkt eine Mitgliedschaft weitere Formen zivilgesellschaftlichen Engagements.

Betrachtet man die Beteiligung junger Menschen in einem breiten Spektrum von Vereinen, Verbänden oder Organisationen, so zeigt sich, dass die Sportvereine mit 42% herausragen. In kulturellen Vereinen wie Gesangs-, Musikvereinen oder Theatergruppen sind 14% der Jugendlichen aktiv, in kirchlichen/religiösen Gruppen 12%, bei der Freiwilligen Feuerwehr, dem Technischen Hilfswerk 8%, in der Gewerkschaft bzw. in einem Berufsverband 8%. Heimat-, Bürger- und Schützenvereine und auch politische Organisationen sind mit Anteilswerten von 6% bzw. 5% nur für wenige Jugendliche und junge Erwachsene von Bedeutung. Durch die ergänzende Kategorie „sonstige Mitgliedschaften“ wird verbandliches Engagement umfassend erfasst und die relativ häufige Nennung dieser Kategorie mit 13% verweist darauf, dass das Spektrum der genutzten Vereine und Verbände jenseits der explizit erfragten groß ist. Auch wenn die einzelnen Vereine zum Teil nur geringe Anteile der jungen Bevölkerung erreichen, ist doch feststellbar, dass sie insgesamt gesehen in ihrer Vielfalt doch die Mehrheit der jungen Menschen als Teilnehmende gewinnen können: 66% der 13- bis 32-Jährigen sind mindestens in einem Verein oder Verband aktiv, 59% sind in mindestens einem Verein oder Verband Mitglied (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Aktive in Vereinen/Verbänden/Organisationen nach Altersgruppen (in %)

	13-15	16-17	18-20	21-23	24-26	27-29	30-32	Gesamt
Sportverein	66	58	47	39	37	31	30	42
Gesangs-/Musikverein/ Theatergruppe o.ä.	28	25	15	12	10	9	10	14
Kirchliche/religiöse Gruppe	27	18	12	9	9	8	8	12
Gewerkschaft/Berufsverband	-	-	5	7	9	9	10	8
Freiwillige Feuerwehr/Techn. Hilfswerk/ DLRG o.ä.	7	8	8	9	8	8	6	8
Heimat-/Bürger-/Schützenverein	4	5	6	6	5	7	7	6
Politische Organisation/Partei	-	-	4	4	5	6	5	5
Bürgerinitiative	1	1	2	1	2	2	2	2
Anderer Verein/Verband	11	11	11	12	13	16	17	13
Mindestens in 1 Verein/Verband aktiv	82	76	69	62	62	59	60	66
Mindestens in 1 Verein/Verband Mitglied	-	-	66	59	58	55	57	59

Quelle: AID:A – DJI-Survey 2009 (gewichtet); 13- bis 32-Jährige; N=10.729.

Frage: „Ich lese Dir/Ihnen nun eine Reihe von Vereinen und Gruppen vor. Sage/Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Du/Sie dort aktiv bist/sind oder nicht.“ Nachfrage bei den Aktiven ab 18 Jahren: Sind Sie dort auch Mitglied?

Prozentuierung: Dargestellt sind die aktiven Jugendlichen. Differenzen zu 100% stellen die Nichtaktiven dar.

Einflussfaktoren auf soziale Partizipation

Hinsichtlich der Beteiligung von jungen Frauen und Männern zeigen sich die bekannten geschlechtsspezifischen Profile: Mädchen und junge Frauen sind insgesamt gesehen seltener aktiv in einem Verein oder Verband: 61% der jungen Frauen, aber 70% der jungen Männer (vgl. Tabelle 4). Mädchen und junge Frauen sind insbesondere in Sportvereinen, in Heimat- und Schützenvereinen und bei der Freiwilligen Feuerwehr seltener aktiv. In „kirchlichen/religiösen Gruppen“ sowie in kulturellen Vereinen und Verbänden wie „Gesangs- oder Musikverein, Theatergruppe o.ä.“ sind dagegen die weiblichen Befragten häufiger engagiert.

Mit dem Älterwerden nimmt, bezogen auf den zusammenfassenden Indikator „mindestens eine Aktivität“, die Partizipation ab. Betrachtet man aber die Vereine und Organisationen im Einzelnen, so zeigt sich, dass bei den Organisationen, bei denen die Aktivität im Zusammenhang mit der Integration in die Arbeitsgesellschaft steht (Gewerkschaften, Berufsverbände), mit zunehmendem Alter die Beteiligungsquote steigt (stärker ausgeprägt bei den jungen Männern). Demgegenüber geht im Bereich der sportlichen und der dezidiert jugendbezogenen Verbände die Beteiligung mit zunehmendem Alter zurück. Die übrigen Verbände zeigen weitgehend über die Altersgruppen ein konstantes Aktivitätsniveau.

Das Bildungsniveau hat einen entscheidenden Einfluss auf das Ausmaß, in dem sich junge Menschen in Vereinen oder Verbänden engagieren: Mit steigender Bildung ergeben sich höhere Beteiligungsquoten. Besonders deutlich ist dieser Bildungseffekt bei den Sportvereinen und den kulturellen Vereinen. Bei den Gewerkschaften und Berufsverbänden, den Heimat-, Bürger- und Schützenvereinen und bei der Freiwilligen Feuerwehr sind demgegenüber junge Menschen mit maximal mittlerem Bildungsabschluss überrepräsentiert.

In den ostdeutschen Bundesländern beteiligen sich deutlich weniger junge Menschen in Vereinen und Verbänden: 67% der 18- bis 29-Jährigen in Westdeutschland und nur 59% in Ostdeutschland sind mindestens in einem Verein aktiv.

Junge Menschen mit Migrationshintergrund weisen eine deutlich geringere Beteiligung in Vereinen und Verbänden auf, insbesondere dann, wenn sie selbst der ersten Generation angehören, also selbst noch Zuwanderungserfahrung haben. Dies ist wenig überraschend, weil Vereinszugehörigkeiten mit ihrer örtlichen Verankerung oft über Eltern an Kinder weitergegeben werden und „Zugezogene“ – woher auch immer – gewisse Zugangsbarrieren erleben. Für die Vereine – die über Nachwuchsmangel klagen – kann dies aber auch eine Herausforderung sein, über eine neue Willkommenskultur nachzudenken.

Tabelle 4: Einflussfaktoren auf Aktivität in Vereinen (in %*)

	Mindestens eine Aktivität
Insgesamt	66
Geschlecht	
Weiblich	61
Männlich	70
Alter	
13-15	82
16-17	76
18-20	69
21-23	62
24-26	62
27-29	59
30-32	60
Bildung	
Ohne Abschluss/Hauptschulabschluss	54
Mittlerer Abschluss	61
Fachhochschulreife/Abitur	69
West-Ost	
Alte Bundesländer und Berlin	67
Neue Bundesländer	59
Migrationshintergrund	
Einheimische	68
2. Migrantengeneration	59
1. Migrantengeneration	49
Politisches Interesse	
Niedrig	61
Mittel	67
Hoch	72
Selbstwirksamkeit	
Niedrig	62
Mittel	69
Hoch	69

Quelle: AID:A – DJI-Survey 2009 (gewichtet); 13- bis 32-Jährige; N=10.729.

* Prozentwerte addieren sich zu 100% in Bezug auf keine Aktivität in Vereinen/Verbänden.

Migrationshintergrund: Einheimische: Befragter selbst und beide Elternteile in Deutschland geboren. 2. Migrantengeneration: Befragter ist in Deutschland geboren, mindestens 1 Elternteil nicht in Deutschland geboren. 1. Migrantengeneration: Befragter nicht in Deutschland geboren und mind. 1 Elternteil außerhalb Deutschlands geboren.

Politisches Interesse: Skala: 1=überhaupt nicht, 2=wenig, 3=mittel, 4=stark, 5=sehr stark. Niedrig: Skalenwerte 1 und 2, mittel: Skalenwert 3, hoch: Skalenwerte 4 und 5.

Selbstwirksamkeit: Summenindikator für drei Items: A. Ich übernehme gern Verantwortung, B. Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen, C. Bei Problemen und Widerständen finde ich in der Regel Mittel und Wege, um mich durchzusetzen. Skala: 1=trifft überhaupt nicht zu, 6=trifft voll und ganz zu. Trichotomisierung der Skala: 1-4,67=niedrig, 5-5,34=mittel, 5,65-6=hoch.

Nicht nur soziostrukturelle Faktoren haben Einfluss auf die soziale Partizipation junger Menschen. Es spielen auch subjektive Orientierungen wie das politische Interesse und Selbstwirksamkeitserwartungen eine Rolle. Politisches Interesse als motivationaler Faktor verstärkt soziale Partizipation. Ebenso können subjektive Erwartungen von wirksamem Handeln die Beteiligung in Vereinen fördern. Aber auch die umgekehrte Wirkungsrichtung ist plausibel: Engagement in Vereinen erhöht das Interesse an öffentlichen Belangen sowie Selbstwirksamkeitserwartungen.

Interessant ist außerdem, dass eine starke Eingebundenheit in private Netze zur Vereinsaktivität nicht in Konkurrenz zueinander stehen, sondern die Größe und die Zeitintensität des Freundeskreises und Vereinsengagement sich sogar gegenseitig verstärken.

Insgesamt gesehen können also vielfältige Faktoren eine Integration in Vereine und Verbände erleichtern. Es wird aber auch das Problem sichtbar, dass solche intermediäre Organisationen eher junge Menschen erreichen, die sich im Hinblick auf ihre Ressourcenausstattung sowieso schon in einer eher privilegierten Lage befinden.

Politische Partizipation

Für die Zivilgesellschaft und eine starke Demokratie hat die politische Partizipation gerade auch der nachwachsenden Generation eine hervorgehobene Bedeutung. Im Folgenden werden sowohl die Aktivitäten als auch die Bereitschaft dazu dargestellt.

Die Beteiligung an Wahlen steht mit Abstand an erster Stelle der Partizipationsformen, zu denen Bereitschaft bekundet wird (94%) (vgl. Tabelle 5). Die Beteiligung an Unterschriftensammlungen steht an zweiter Stelle der in Betracht gezogenen Partizipationsformen (87%), gefolgt von der Bereitschaft, sich an genehmigten Demonstrationen zu beteiligen (65%) und sich in Versammlungen an öffentlichen Diskussionen zu beteiligen (53%). Die Hälfte der 18- bis 29-Jährigen wäre zudem

Tabelle 5: Politische Partizipation: Bereitschaften und Aktivitäten, 18- bis 29-Jährige (in %)

	Kommt in Frage	Bereits gemacht
Sich an Wahlen beteiligen	94	87
Beteiligung an einer Unterschriftensammlung	87	75
Teilnahme an einer genehmigten Demonstration	65	43
Sich in Versammlungen an öffentlichen Diskussionen beteiligen	53	34
Aus politischen, ethischen oder Umweltgründen Waren boykottieren oder kaufen	51	37
Sich an einer Online-Protestaktion beteiligen	50	25
Mitarbeit in einer Bürgerinitiative	39	5
In einer Partei aktiv mitarbeiten	22	4
Teilnahme an einer nicht genehmigten Demonstration	20	7

Quelle: AID:A – DJI-Survey 2009; N=6.454.

Frage: „Wenn Sie politisch in einer Sache, die Ihnen wichtig ist, Einfluss nehmen, Ihren Standpunkt zur Geltung bringen wollen: Welche der Möglichkeiten kämen für Sie in Frage und welche nicht?“ Für alle genannten Bereitschaften erfolgte dann die Nachfrage: „Welche der genannten Möglichkeiten haben Sie schon einmal gemacht bzw. waren Sie schon einmal beteiligt?“ Dargestellt sind die Anteile von „Kommt in Frage“ und „Bereits gemacht“ an allen Befragten.

bereit, aus politischen, ethischen oder Umweltgründen Waren zu boykottieren bzw. bewusst zu kaufen, also den sogenannten „Buykott“ zu betreiben. Ebenso viele können sich die Beteiligung an einer Online-Protestaktion vorstellen. Auch politisch motivierte Mitarbeit in einer Bürgerinitiative käme für fast zwei Fünftel (39%) infrage. Andere institutionalisierte Partizipationsformen, wie z.B. die aktive Mitarbeit in einer Partei, finden sich demgegenüber deutlich weniger im Verhaltensrepertoire junger Menschen (22%). Noch etwas geringer ist die Bereitschaft zu politischen Aktionen, die sich an der Legalitätsgrenze bewegen: 20% wären bereit, sich an einer nicht-genehmigten Demonstration zu beteiligen.

Vergleicht man die Handlungsbereitschaften mit dem tatsächlichen Handeln, so wird deutlich, dass außer bei der Beteiligung an Wahlen und bei Unterschriftensammlungen erhebliche Diskrepanzen bestehen. Diese lassen sich wohl mit der generellen Diskrepanz zwischen Wollen und Tun sowie mit fehlenden Gelegenheitsstrukturen für ein konkretes politisches Handeln erklären. Gleichzeitig verweisen sie aber auch auf hohe Engagementpotenziale, deren Realisierung gezielt durch Politik und Praxis gefördert werden könnte.

Auch zeigt sich, dass politisch interessierte junge Menschen häufiger als jene, die sich als politisch desinteressiert bezeichnen, das Beteiligungsrepertoire nutzen. Ebenso vergrößern höhere Bildungsressourcen die Wahrscheinlichkeit, ein breites Spektrum von politischen Aktivitäten auszuüben. Geschlechtsspezifisch werden die unterschiedlichen Zugänge von jungen Frauen und Männern erkennbar: Parteiarbeit ist

eher Männersache, desgleichen sich in öffentlichen Versammlungen im Hinblick auf bestimmte politische Themen einzubringen. Auch sind bei Online-Protestaktionen deutlich mehr männliche Jugendliche aktiv. Junge Frauen dagegen beteiligen sich häufiger an Unterschriftensammlungen sowie an Aktionen des zielgerichteten politischen Konsums.

Die Bedeutung von Internet und neuen Kommunikationstechnologien

Jenseits zugespitzter Erwartungen oder auch Befürchtungen zu Effekten der neuen Kommunikationstechnologien stellt sich die Frage, inwieweit die Nutzung des Internets für virtuelle, reale oder auch „virale“ Partizipation von Jugendlichen eine Rolle spielt. Die Voraussetzung, das Internet nutzen zu können, ist beim größten Teil aller Jugendlichen gegeben: Bereits etwa vier Fünftel der 13- bis 20-Jährigen besitzen einen Computer, haben einen Internetzugang und nutzen ihn auch tatsächlich oft oder gar ständig. Die kulturpessimistische Vermutung, dass eine zunehmende Internetnutzung die Bereitschaft Jugendlicher zum freiwilligen Engagement verringern könnte, wird durch empirische Studien vom Deutschen Jugendinstitut und der TU Dortmund nicht bestätigt.³

Für tatsächlich politische Aktivitäten, wie z.B. für eine Online-Demo, eine Flashmob- oder eine Massenmail-Aktion oder auch die Unterstützung von Online-Wahlkämpfen, wird das Netz im Durchschnitt allerdings nur von etwa jedem 10. Jugendlichen genutzt,

wobei hier selbstverständlich das Alter, aber auch die Bildung der Jugendlichen und ihre Geschlecht deutlich intervenieren. Es zeigt sich – und damit werden die ungleichen Strukturen der Offline-Beteiligung online grundsätzlich reproduziert –, dass städtische Jugendliche im Unterschied zu Jugendlichen, die auf dem Land leben sowie Jugendliche mit erreichtem oder angestrebtem höheren Bildungsabschluss stärker in dieser Gruppe vertreten sind, ebenso wie männliche Jugendliche. Es gibt einen Werkzeugcharakter des Internets: Das Netz erweitert den Raum der Möglichkeiten und beschleunigt Kommunikations- und Organisationsprozesse. Somit absorbiert das Internet nicht das traditionelle freiwillige, soziale und politische Engagement im realen Alltag der Jugendlichen, sondern ergänzt und erweitert es. Es gibt aber auch die sogenannten Digital Natives, die den umgekehrten Weg gehen: Ihre Aktivität im Internet ist zunächst ihre wesentliche Form von Engagement, dem dann konventionelle reale Formen folgen.

Ausblick: Thesen zu Jugend und Museum

Will man „von den Museen her“ den „Zugang“ zur Jugend verbessern, jungen Menschen den Reiz des Lern-, Erfahrungs- und Begegnungsortes Museum näherbringen, so sind – mit all den Möglichkeiten zu kognitiven, emotionalen und positiven Handlungserfahrungen – vier relevante Lebenswelten und Bildungskontexte Jugendlicher zu berücksichtigen: der familiale, der formale, der nonformale und der informelle Kontext.

- Für Familien als idealiter auch kulturelle Sozialisationsinstanz können gerade auch angesichts der verschwindenden privaten Generationskonflikte Museen, deren Ausstellungen und „Events“ Gelegenheiten gelingenden Austauschs zwischen Kindern, Jugendlichen, Eltern und Großeltern sein.
- Das Bildungssystem als hoch formalisierter Kontext des Aufwachsens ist nicht nur biografierelevant als Verteiler von Zertifikaten und Zugangsoptionen, sondern auch bedeutsam für die Ausbildung gesellschaftlicher und kultureller Orientierungen. Die traditionell schon bestehenden Beziehungen zwischen Schule und Museum bedürften einer Erweiterung, Verbreiterung und höherer Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit.
- Vereine und Verbände als nonformale Lernorte bieten ein Übungsfeld für gesellschaftliches Handeln. Ihre Bedeutung liegt darin, Handlungsstrukturen für einerseits freiwillige, aber andererseits auch verbindliche Beteiligung zu schaffen. Als nicht schulbezogene, freiwillig aufgesuchte und (teilweise) selbstgestaltete Lernorte Jugendlicher können Jugendorganisationen und -zentren eine wichtige Vermittlerrolle zu Museen spielen, vielleicht auch für Jugendliche, die „normalerweise“ keine Museumsbesucher sind.

- Reale und virtuelle informelle Netze sind ein wichtiger intermediärer Bereich, über den – gerade in der Jugendphase – sich emotional und sozial viel entwickelt. Reizvoll ist das eher klassische Moment: Diejenigen die man schon kennt, auch den Kreis des Freundeskreises mit gemeinsamen Interessen zu erweitern, an einem interessanten Abend wiederzusehen, spielt eine motivierende Rolle. Je virtueller die Welt, desto wichtiger wird die reale Begegnung. Andere „Gleichgesinnte“ real zu treffen, bei einer Ausstellungseröffnung beispielsweise zu sehen, zu der man gemeinsame Interessen vermutet oder auch ausgetauscht hat, ist von hoher Attraktivität. Aber: Über Facebook kommunizierte Treffen können auch aus dem Ruder laufen und nicht jedes volle Museum ist auch ein voller Erfolg.

Dr. Wolfgang Gaiser
Deutsches Jugendinstitut e.V.
Nockherstraße 2
81541 München
gaiser@dji.de



Dr. Wolfgang Gaiser arbeitete seit Ende der 60er Jahre am Deutschen Jugendinstitut in München, zuletzt als Grundsatzreferent für Jugendforschung. Forschungsschwerpunkte: Lebenslagen Jugendlicher, sozialstaatliche Rahmensetzungen, Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen.

¹ Der Jugendsurvey des Deutschen Jugendinstituts (DJI) sowie der DJI-Survey AID:A 2009 „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten“ (kurz AID:A) sind große replikative Forschungsprojekte, die im Rahmen der Sozialberichterstattung des DJI durchgeführt werden (www.dji.de/jugendsurvey [15.12.2013] und www.dji.de/aida [15.12.2013]). Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unterstützt diese Forschung im Rahmen der Finanzierung des DJI. In den ersten beiden Wellen des DJI-Jugendsurvey, die 1992 und 1997 im Feld waren, wurden jeweils ca. 7.000 16- bis 29-jährige deutsche Personen befragt, in der dritten Welle 2003 ca. 9.100 12- bis 29-Jährige mit deutscher und nicht-deutscher Staatsangehörigkeit. Im DJI-Survey AID:A 2009 wurden aus 25.000 Haushalten alle Altersgruppen zwischen 0 und 55 Jahren befragt; 7.689 Personen in der Altersgruppe von 16 bis 29 Jahren.

² Vgl. Rauschenbach, Thomas/Borrmann Stefan: Herausforderungen des Jugendalters. Weinheim und Basel 2013.

³ Vgl. Rauschenbach, Thomas u.a.: Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Dortmund 2011.

Quo vadis Jugend-Kultur- vermittlung?

Aktuelle Ergebnisse aus der Reihe „Jugend-KulturBarometer“

Susanne Keuchel

Das 1. Jugend-KulturBarometer¹ wurde 2004 vom Zentrum für Kulturforschung (ZfKf) für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und drei Stiftungen², das zweite³ 2010/11 für das BMBF erstellt. Bundesweit wurden jeweils rund 2.500 in Deutschland lebende Personen im Alter von 14 bis 24 Jahre in einer geschichteten Stichprobe befragt. Ermittelt wurden in durchschnittlich 30-minütigen persönlich durchgeführten Interviews die kulturellen und künstlerischen Interessen der 14- bis 24-Jährigen, der Besuch außerhäuslicher Kulturangebote, Einstellungen und Wünsche zum Kulturbesuch sowie die kulturellen Biografieverläufe junger Menschen.

Ein Zeitvergleich von 2004 bis 2011: Möglichkeiten und Interpretationsspielräume ...

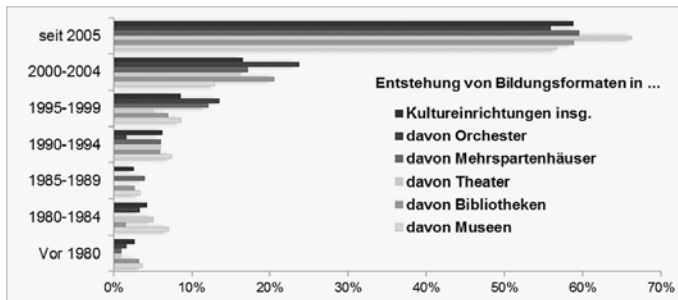
Bundesweite Bevölkerungsumfragen in der Kulturforschung sind selten und damit ist der vorliegende Zeitvergleich ein extrem seltener Luxus! Innerhalb einer umfangreichen Erhebung mit weitgehend identischen Fragekonstrukten können hier erstmals Entwicklungen im Bereich kultureller Aktivitäten und Einstellungen junger Leute innerhalb eines sehr spannenden Zeitraums gemessen werden.

Im letzten Jahrzehnt kann ein deutlicher Aufschwung rund um den Diskurs um Kulturelle Bildung beobachtet werden, der auch direkte Auswirkungen auf die aktuelle Praxis hat, wie dies exemplarisch folgende Infrastrukturhebung zu Bildungsangeboten in klassischen Kultureinrichtungen⁴ verdeutlicht. Der hier seit 2004 extrem gestiegene Anteil richtet sich dabei maßgeblich an Schulklassen (61%) und Kindertagesstätten (17%). Noch selten sind hier Bildungsangebote, die sich an Kinder (10%) oder Jugendliche in der Freizeit (6%) richten.

Dieser Aufwind in der Kulturellen Bildung wurde begleitet von drei Themenschwerpunkten, die das Engagement in diesem Themenfeld sehr stark mitbestimmen haben: mehr Chancengleichheit, die Angst um das Kulturpublikum von Morgen und Transfereffekte. So beförderte nicht zuletzt das 1. Jugend-KulturBarometer 2004⁵ eine deutliche Sensibilisierung für das Thema Chancengleichheit in der Kulturellen Bildung aufgrund der schlechten Ergebnisse zur Partizipation junger bildungsferner Zielgruppen und das beobachtete sehr geringe Engagement von Hauptschulen in der Kulturellen Bildung.

Die Angst um das Kulturpublikum von Morgen wurde nicht zuletzt „geschürt“ durch Zeitreihenvergleiche⁶, die sehr konkret aufzeigen, dass Kulturpräferenzen nicht alters-, sondern vor allem generationsspezifisch⁷ geprägt sind. Der verstärkte Blick auf die Transfereffekte wurde in den letzten Jahren erneut⁸ belebt durch sehr medial inszenierte kulturelle Bildungsprogramme und -projekte, wie z.B. „Sistema“ oder „Rhythm is it“.

Mit dem gestiegenen Engagement in der Kulturellen Bildungsvermittlung seit 2004 ist es spannend zu beobachten, ob sich auch das kulturelle Verhalten junger Leute geändert hat. Mit dem vorliegenden Zeitvergleich

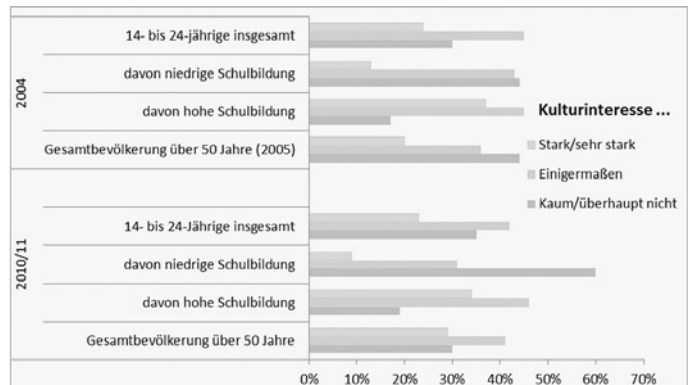


wäre damit grundsätzlich auch eine Bewertung der bisherigen kulturellen Vermittlungsaktivitäten denkbar. Bei der Interpretation entsprechender Ergebnisse gilt es allerdings auch zu berücksichtigen, dass sich andere gesellschaftliche Bereiche, wie z.B. der Bildungssektor oder die Medienlandschaft, in diesem Zeitraum ebenfalls deutlich verändert haben. „Kulturelle Prozesse“ stehen immer auch in der Dynamik gesamtgesellschaftlicher Prozesse. So könnten auch Änderungen der Medien- und Bildungslandschaft, wie z.B. der kontinuierliche Ganztagschulausbau oder der Wechsel von G9 zu G8, die kulturellen Interessen und Aktivitäten junger Leute beeinflusst haben. So spielten 2004 die sozialen Medien, beispielsweise Facebook, noch keine Rolle. Eine gleichbleibende oder geringere kulturelle Beteiligung könnte auch auf den Wechsel von G9 zu G8 und der intensiveren Zeitinanspruchnahme der sozialen Medien zurückgeführt werden. Diese Umstände gilt es bei der Interpretation und Bewertung der folgenden Ergebnisse zu berücksichtigen.

Eine positive Bilanz: Mehr junge Leute besuchen kulturelle Angebote

Ein positives Ergebnis des Zeitvergleichs ist die Senkung des Nichtnutzeranteils unter den 14- bis 24-Jährigen um fünf Prozentpunkte von 17% auf 13%. Besonders erfreulich ist dabei der Rückgang von zehn Prozentpunkten unter den jungen bildungsfernen Bevölkerungsgruppen, die maximal einen Hauptschulabschluss erreicht haben und noch nie ein kulturelles Angebot besuchten.

Betrachtet man die Multiplikatoren in der bisherigen Kulturbioografie junger Leute, so regen vor allem die Schulen und das Elternhaus Kulturbesuche an. Einen sichtbaren Zuwachs unter den Multiplikatoren im Zeitvergleich verzeichnen dabei ausschließlich die Schulen mit neun Prozentpunkten. Dieser Zuwachs deckt sich mit der vorausgehend skizzierten Zunahme an Bildungsangeboten für Schulen in klassischen Kultureinrichtungen. Erstaunlich sind hier jedoch auf den ersten Blick die Zahlenverhältnisse: auf der Seite der Kulturakteure ein sehr deutlicher Zuwachs, der sich auf der Seite der Schulen jedoch nur in neun Prozentpunkten widerspiegelt – und damit auch noch einmal das ungleiche Zahlenverhältnis zwischen beiden Einrichtungsarten



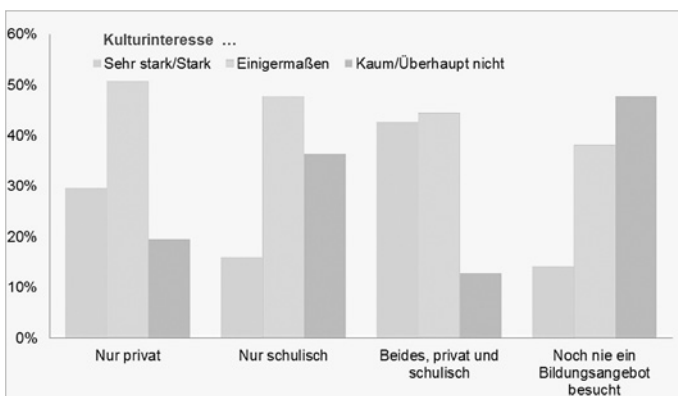
verdeutlicht. So stehen beispielsweise 133 Orchester⁹ oder 400 Jugendkunstschulen¹⁰ 34.486 allgemeinbildenden Schulen und 8.796.894 Schülern¹¹ gegenüber. Zu berücksichtigen ist bei dieser Betrachtung auch, dass Kultureinrichtungen in Bildungsangeboten vielfach in Klassengrößen, beispielsweise bei Sonderführungen, operieren. Damit wird erneut unterstrichen: Kultureinrichtungen können einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Bildung leisten. Aufgrund ihrer Zahl und weiteren zentralen zu bewältigenden Aufgaben, wie das Bewahren, Sammeln oder der zeitgenössischen Kunstproduktion, können diese jedoch nicht flächendeckend agieren.

Eine weniger erfreuliche Bilanz: Mehr Aktivitäten können nicht gleichgesetzt werden mit einer nachhaltigen Interessensbildung

Richtet man den Blick auf die Interessen der 14- bis 24-Jährigen wird deutlich, dass die vermehrten Kulturaktivitäten nicht einhergehen mit einem Interessenzuwachs der jungen Bevölkerung. Das heißt, das vermehrte Engagement in der Kulturlandschaft hat nicht dazu geführt, dass sich die Interessen der jungen Leute im Sinne eines breiten Kulturbegriffs, der beispielsweise neben dem Besuch klassischer Kultureinrichtungen, wie Museen oder Theater, auch den Besuch eines Rock-, Popkonzerts oder Poetry-Slam-Veranstaltung mit beinhaltet, positiv verändern. Das kann für alle Spartenbereiche mit Ausnahme des Comedy-Bereichs beobachtet werden, der mit fünf Prozentpunkten hier den stärksten Zuwachs im Zeitvergleich hat.

Ein alarmierendes Ergebnis des Zeitvergleichs ist dabei der deutliche Rückgang des Kulturinteresses speziell bei jungen bildungsfernen Bevölkerungsgruppen, also speziell der Gruppe, die in den letzten Jahren verstärkt mit Kulturvermittlungsaktivitäten erreicht wurde. Hieraus können sehr unterschiedliche Schlussfolgerungen abgeleitet werden: So hat möglicherweise die schulische Kulturvermittlung auch kontraproduktive Effekte auf die kulturelle Interessensbildung junger Menschen. Welche Faktoren dabei eine Rolle spielen könnten, wird

▼ **Aktuelles Interesse am Kulturgeschehen der 14- bis 24-Jährigen differenziert nach dem bisherigen Besuch eines Bildungsangebots in Kultureinrichtungen und Art des Zugangs. ZfKf/GfK 2010/11**



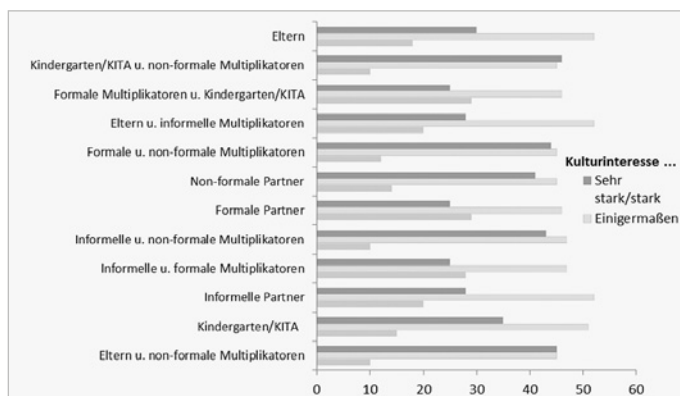
nachfolgend noch ausführlicher diskutiert. Die Ursachen könnten auch außerhalb der Kulturlandschaft liegen, so in der zunehmenden Spaltung der Gesellschaft¹², die von vermehrten Kulturvermittlungsaktivitäten allein nicht „aufgehalten“ werden kann.

**Ursachenforschung:
Welche Faktoren stehen in Beziehung zu einem positiven Interessentransfer?**

Aufgrund der eben diskutierten Ergebnisse des Zeitvergleichs wurden im Rahmen der Datenanalyse des 2. Jugend-KulturBarometers neue Sachverhalte überprüft und das Datenmaterial unter neuen Fragestellungen analysiert. Dabei wurde deutlich, dass die 14- bis 24-Jährigen im Gegensatz zum tatsächlichen Besucherverhalten der Gesamtbevölkerung noch sehr stark an einem altersspezifischen Kulturpräferenzmodell festhalten. So glauben 62% der 14- bis 24-Jährigen, dass sie, wenn sie 45 Jahre und älter sind, eher die klassischen Kultureinrichtungen besuchen. Beklagt wird in diesem Zusammenhang vor allem das fehlende Interesse des Freundeskreises. Rückmeldungen einer anderen qualitativen Studie¹³ verweisen zudem auf den Umstand, dass ein Aufenthalt dort vielfach auch deshalb als unangenehm empfunden wird, weil dort nur „alte Leute“ seien. Entsprechend nennen die 14- bis 24-Jährigen als geeignete Maßnahmen für mehr kulturelle Teilhabe neben der vielfach sehr kontrovers diskutierten Senkung der Eintrittspreise (45%) vor allem die stärkere Berücksichtigung eines „jugendgerechten Ambientes“ (43%) und aktueller Rezeptionsgewohnheiten, wie mehr „Action und Spannung“ (36%), sowie punktuell viele weitere Maßnahmen, die den Wunsch nach einer stärkeren Einbeziehung jugendlicher Lebenswelten unterstreichen, wie mehr Jugendthemen bei Kulturangeboten (29%), mehr Werbung in Jugendmedien (20%), mehr junge gleichaltrige Künstler, mehr Gründungen von Jugendkulturclubs (14%) oder sogar mehr eigene Beteiligung (6%).

Die unterschiedliche Perspektive auf das Phänomen „Kunst und Kultur“ bei Jung und Alt geht sogar

▼ **Aktuelles Interesse am Kulturgeschehen der 14- bis 24-Jährigen differenziert nach den Multiplikatoren, die bisher an Kulturvermittlungsprozessen beteiligt waren. ZfKf/GfK 2004; 2010/11**



so weit, dass die 14- bis 24-Jährigen eigene künstlerische und kulturelle Ausdruckformen, wie Graffiti sprays, Streetdance oder Poetry-Slam gar nicht mehr unter „Kultur“ fassen – die Reduzierung der Kulturperspektive auf die „Künste“ ist per se eine sehr deutsche Perspektive¹⁴ – sondern diese eher dem allgemeinen Freizeitbereich zuordnen. Unter der offenen Frage nach der persönlichen Kulturdefinition nennen junge Leute dagegen vor allem klassische Kultursparten, für die sich das Gros weitgehend gar nicht interessiert und beabsichtigt, diese frühestens mit 45 Jahren zu besuchen.

Weitere Unterschiede zwischen Jung und Alt zeigen sich auch bei den Erwartungen an Kulturbesuche. Ältere Bevölkerungsgruppen ab 50 Jahre erwarten hier am ehesten gute Unterhaltung (61%) und eine gute Atmosphäre (37%). Die 14- bis 24-Jährigen pflegen entsprechende Erwartungen deutlich seltener (45% bzw. 24%). Dagegen heben die jungen Leute (30%) im Vergleich zu den Älteren (20%) stärker den Bildungseffekt hervor. Gegebenenfalls hat die zunehmende Verlagerung von kulturellen Angeboten in den schulischen Sektor auch nachteilige Effekte in der Form, dass junge Leute Kunst und Kultur zunehmend als Lernstoff des Lernplans wahrnehmen und nicht als ein bereicherndes Freizeitangebot mit Unterhaltungswert. Auffällig in der Analyse des 2. Jugend-KulturBarometers war unter diesem Gesichtspunkt das vergleichsweise schlecht ausgeprägte aktuelle Kulturinteresse unter jungen Leuten, die nur über schulische Multiplikatoren an künstlerisch-kreative Angebote, z.B. im Rahmen von Projektwochen, Schul-AGs oder Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen, herangeführt wurden.

Betrachtet man hier die unterschiedlichen Zugänge der jungen Leute zu bisher besuchten Bildungsangeboten in Kultureinrichtungen, kann festgestellt werden, dass sich der aktuelle Anteil der 14- bis 24-Jährigen mit starkem bzw. sehr starkem Kulturinteresse unter denen, die mit der Schule schon einmal ein Kulturangebot besucht haben (16%) und denen, die noch nie ein entsprechendes Angebot besuchten (14%), kaum unterscheidet. Nahezu doppelt so hoch ist dieser Anteil unter den 14- bis 24-Jährigen, die bisher nur privat ein entsprechendes

Angebot besuchten (30%). Am höchsten ist er jedoch unter den jungen Leuten, die bisher privat und schulisch ein entsprechendes Angebot besuchten (43%). Hat der private Zugang den Vorteil, dass man das Bildungsangebot in einem freiwilligen und Freizeitkontext erlebt, hat letztlich der schulische Zugang auch einen Vorteil gegenüber dem Privaten, der nach den vorliegenden Daten vor allem vom Elternhaus initiiert wird: Bei einem Kulturausflug mit der Schule befindet man sich unter Gleichaltrigen. Möglicherweise ist die „Erfolgsformel“ in der Kulturvermittlung neben der Qualität – so zeigte sich z.B. im Jugend-KulturBarometer, dass sehr schlechte Erfahrungen im Kunst- und Musikunterricht sogar elterliches Engagement in der Kulturvermittlung auskoppeln können und ein allgemeines Kulturdesinteresse befördern – dass kulturelle Bildungsmaßnahmen im Freizeitkontext mit Gleichaltrigen und relevanten Peergroups erlebt werden.

Wirft man in diesem Sinne abschließend noch einmal einen Blick auf systematische Beziehungen zwischen den einzelnen beteiligten Multiplikatorengruppen und dem aktuellen Kulturinteresse der 14- bis 24-Jährigen wird deutlich, dass vor allem die Beteiligung non-formaler Multiplikatoren in einem positiven Zusammenhang zum aktuellen Kulturinteresse junger Leute steht. Non-formale Akteure der kulturellen Bildung, hier z.B. kulturelle Bildungseinrichtungen, Vereine oder Religionsgemeinschaften, haben den Vorteil, dass ihre Angebote in der Freizeit stattfinden und oftmals partizipative Ansätze beinhalten, die zugleich gemeinsam mit Gleichaltrigen des eigenen sozialen Umfelds wahrgenommen werden.

Fazit – Empfehlungen für eine künftige nachhaltige Kulturvermittlung

Der vorausgehend diskutierte Zeitvergleich bescheinigt einen Teilerfolg für die kulturelle Bildungslandschaft: Es wurden mehr, vor allem bildungsferne junge Leute in der Kulturvermittlung über Schule erreicht. Zugleich verdeutlichen die Daten, dass dieser Teilerfolg bestenfalls als „Etappensieg“ bezeichnet werden kann. Das Rezept „mehr Kulturvermittlung gleich mehr Interesse“ geht nicht grundsätzlich auf. Verschiedene Ursachen sind hier denkbar und wurden vorausgehend schon diskutiert. Möglicherweise ist die starke Konkurrenz im Kampf um das schwindende Freizeitbudget junger Leute, beispielsweise von Seiten sozialer Medien, der kommerziellen Freizeitindustrie aber auch einer zunehmenden Leistungsgesellschaft, mit dafür verantwortlich, dass es allgemein schwieriger wird, nachhaltige Interessen im Kulturbereich zu stärken.

Erste erfolgreiche Schritte im Sinne von mehr Chancengleichheit in der Kulturellen Bildung wurden in den letzten Jahren unternommen. Zu nennen sind hier nur

exemplarisch „Jedem Kind ein Instrument“, TuSCH, oder das NRW-Landesprogramm Kultur und Schule. Die nächsten Schritte liegen neben Überlegungen zu flächendeckenden Maßnahmen in Überlegungen zum „Wie“ und zur Gestaltung von erfolgreichen Bildungsformaten – und in diesem Kontext werden aktuell auch schon einige Anstrengungen unternommen. Möglicherweise sind bewährte Formate, wie die „klassische“ Schulklassenführung im Museum, doch nicht so wirksam und gehören auf den Prüfstand.

Die vorliegenden Ergebnisse regen dazu an, stärker noch über Kooperationsstrategien nachzudenken, die das soziale Umfeld und Peergroup mit einbeziehen. Schule kann – und sollte man – bei Kulturvermittlungsstrategien nicht außer Acht lassen, will man Chancengleichheit in der kulturellen Bildung ermöglichen. Vielleicht bedarf es hier jedoch eines weiteren stärkeren Austauschs mit außerschulischen Partnern, um Charaktermerkmale non-formaler Bildungsprozesse in die Kulturvermittlung zu integrieren und auch in schulischen Kontexten, beispielsweise im Ganztage, zu bewahren, wie freiwillige, gemeinschaftliche und partizipative Prozesse, in denen junge Multiplikatoren eigenverantwortlich kulturelle Prozesse mitgestalten und ihnen hierzu auch ausreichend eigene Frei(zeit)-Räume zugestanden werden.

Prof. Dr. Susanne Keuchel
Akademie Remscheid für Kulturelle Bildung e.V.
Küppelstein 34
42857 Remscheid
keuchel@akademieremscheid.de



Prof. Dr. Susanne Keuchel, promovierte Musikwissenschaftlerin und ehemalige geschäftsführende Direktorin des Zentrums für Kulturforschung (ZfKf). Seit Dezember 2013 Direktorin der Akademie Remscheid für Kulturelle Bildung e.V. Honorarprofessorin am Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim, Dozentin an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Hamburg.

¹ Keuchel, Susanne u. Wiesand, Andreas (Hg.): Das 1. Jugend-KulturBarometer. Zwischen Eminem und Picasso. Bonn 2006.

² Beteiligt waren die Kunststiftung NRW, der Sparkassen-Kulturfonds des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands und die Stiftung Niedersachsen.

³ Keuchel, Susanne/Larue, Dominic: Das 2. Jugend-KulturBarometer „Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab...“. Köln 2012.

⁴ Susanne Keuchel/Benjamin Weil: Lernorte oder Kulturtempel – Infrastrukturerhebung: Bildungsangebote in Klassischen Kulturinstitutionen. Köln 2010.

⁵ Keuchel, Susanne: Mehr Chancengleichheit in der Kulturellen Bildung. In: Deutscher Kulturrat (Hg.): politik und kultur. Berlin 4/2009.

⁶ Vgl. u.a. Keuchel, Susanne: Der Untergang des Abendlandes. In: Das Orchester. Heft 4/2006 oder Thomas K. Hamann: Die Zukunft der Klassik. Das Orchester. Heft 9/2005, S. 10.

⁷ Keuchel, Susanne: Jugend und Kultur: Zwischen Eminem, Picasso und Xavier Naidoo. In: Annette Scheunpflug/Manfred Prenzel (Hg.): Kulturelle und ästhetische Bildung. Zeitschrift für Erziehungswissenschaft – Sonderheft, Band 21, 2014 [befindet sich zurzeit im Druck].

⁸ Einen sehr starken Aufwind hatte das Thema Transfereffekte, als die sogenannte „Bastian-Studie“ erschien, die dann jedoch nach längerem zeitlichen Abstand im wissenschaftlichen Diskurs sehr kritisch bewertet wurde. Vgl. Bastian, Hans Günther: Musik(erziehung) und ihre Wirkung. Eine Langzeitstudie an Berliner Grundschulen, Mainz 2002. Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.): Macht Mozart schlau? Die Förderung kognitiver Kompetenzen durch Musik, Bildungsforschung Band 18, Bonn/Berlin 2006.

⁹ Vgl. die Angaben der Deutschen Orchestervereinigung unter: http://sub1.dov.org/tl_files/pdf/Infos%20&%20Publikationen/DOV_Orchesteraufstellung.pdf [16.04.2012].

¹⁰ Vgl. Bundesverband der Jugendkunstschulen und Kulturpädagogischen Einrichtungen e.V. (Hg.): Phantasie fürs Leben. Jugendkunstschulen in Deutschland. Ergebnisse der bundesweiten Datenerhebung, Unna 2011, S. 7. Online verfügbar unter: http://www.bjke.de/cms/fileadmin/downloads/datenerhebung_bjke1.pdf [16.04.2012].

¹¹ Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes für das Schuljahr 2010/11. Siehe dazu: <https://www.destatis.de> [15.12.2013].

¹² Vgl. u.a. Anger, Christina/Plünnecke, Axel/Seyda, Susanne: Bildungsarmut – Auswirkungen, Ursachen, Maßnahmen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 2007, Nr.28, S.39-45, S. 41.

¹³ Keuchel, Susanne/Weber-Witzel, Markus: Culture to be. Das Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzept. Anregungen einer Generation für sich selbst, Bonn 2009.

¹⁴ Keuchel, Susanne: Das 1. InterKulturBarometer. Köln 2012.

Wahrnehmungswandel durch neue Medien

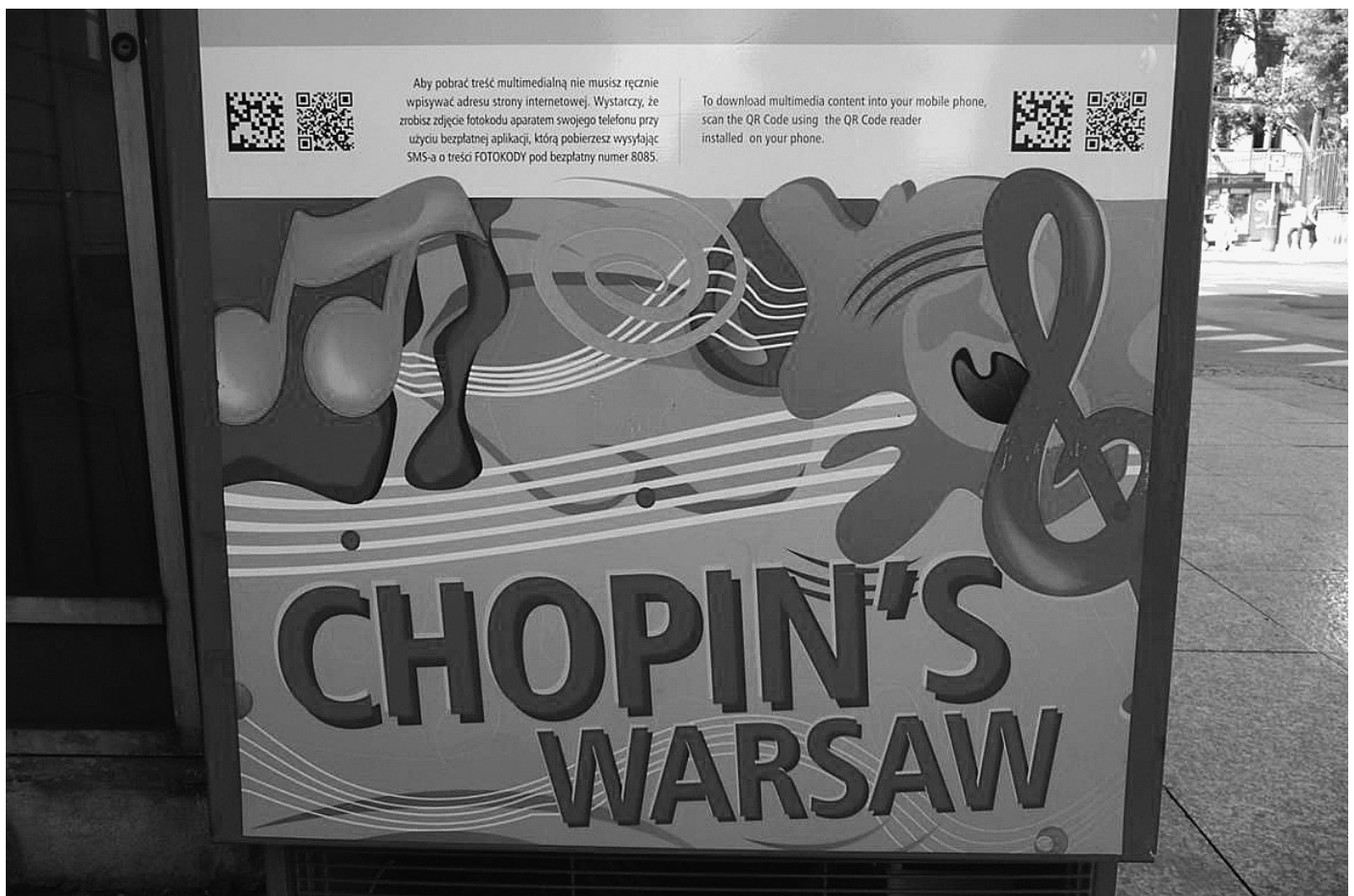
Eine Herausforderung für die Museumspädagogik

Franz Josef Röhl

Unsere Mediengesellschaft befindet sich im Umbruch. Der bisher passive Konsument von Produkten und Dienstleistungen kann zum aktiven und mündigen Kommunikator werden. Während bisher ein Unternehmen, eine Institution oder eine Organisation Nachrichten an viele schicken konnte (one-to-many) ergibt sich jetzt für alle aktiven Nutzer des Web 2.0 die Möglichkeit, mithilfe von Sozialen Netzwerken (z.B. Facebook), Weblogs und Wikis Informationen in das Netz zu stellen und sich in den Diskurs gesellschaftlicher Kommunikation einzumischen (many-to-many).

Neue Formen des dezentralisierenden Dialogs eröffnen sich, neue individuelle und kollektive Kommunikationsformen bilden sich heraus. Kommunikationsformen wie Soziale Netzwerke (SNS), Blogs, Twitter, Instant Messaging (IM), Podcasts und Wikis verkörpern eine neue Partizipationskultur, die nicht an reale Orte gebunden ist. Mit Handys, Smartphones, MP3-Player und (Video-)iPods ist mobile Kommunikation möglich. Dies führt zu einer Auflösung des Raums als Bedingung für Kommunikation. Vermutlich wird diese Entwicklung auch die Museumspädagogik beeinflussen.

Über QR-Codes sind in Warschau im öffentlichen Raum weitere Informationen abrufbar, wie hier zu Chopin



Innere Bilder

Unser Gehirn hat eine erfahrungsabhängige Plastizität, unsere Erinnerungen, Vorstellungen, Gedanken und Gefühle sind als innere Bilder in neuronalen Netzwerken gespeichert. Unsere subjektive Wahrnehmung wird bei der Bewertung oder Bewältigung von aktuellen und zukünftigen Situationen von diesen inneren Bildern beeinflusst.¹ Sie bilden innere Muster, die wiederum die Basis der handlungsleitenden Orientierung verkörpern. Als individuelle oder kollektive Leitbilder dienen sie zur Aneignung von Wirklichkeit bzw. zur Gestaltung der Welt. Nur ein verschwindend kleiner Anteil der vom Gehirn generierten inneren Bilder gelangt in das Bewusstsein. Alle aktuellen Sinneseindrücke (Sehbild, Tastbild, Hörbild, Geruchsbild, Körperbild) führen zu Erregungsmustern in den sensorischen Arealen in unserem Gehirn. Gleichzeitig werden ältere Sinneseindrücke aktiviert. Es kommt dabei zu einer Vermischung von alten und neuen Erfahrungen. Durch die Überlagerung beider Erregungsmuster kann ein neues erweitertes Aktivierungsmuster entstehen. Diese im Laufe des Lebens gemachten Erfahrungen führen zu neuen neuronalen und synaptischen Verschaltungen.

Im Laufe des Lebens entwickelt sich ein Strukturmuster, das zu einer Matrix wird. Das bedeutet, dass jede Wahrnehmung ein bereits vorhandenes, charakteristisches Strukturmuster vorfindet. Der Neurobiologe Gerald Hüther macht darauf aufmerksam, dass Veränderungen der äußeren Welt, die die bisher entwickelte innere Ordnung, das bisher herrschende, innere Beziehungsgefüge eines Lebewesens nicht zu stören imstande sind, auch nicht wahrgenommen werden können. Wenn das von den Sinnen erzeugte Wahrnehmungsbild und das Erinnerungsbild identisch sind, bleibt alles, wie es ist. Wenn keine Übereinstimmung besteht, passiert auch nichts. Weiterentwicklung bzw. Lernen entsteht, wenn das alte bereits vorhandene Muster auf ein – zumindest teilweise – neues Aktivierungsmuster trifft. Eine Weiterentwicklung ist nur durch Erweiterung, Modifikation, Mutation, Rekombination und Neuordnung der bereits gefundenen inneren Bilder möglich. Die Offenheit zur Modifikation und Erweiterung ist während der Phase der Hirnreife (Kinder und Jugendliche) stärker ausgeprägt, aus diesen Gründen haben sie eine größere Bereitschaft, sich auf neue Wahrnehmungen einzulassen. Ebenso erklärt dies, weshalb in den meisten Fällen jüngere Generationen eine höhere Bereitschaft und ein größeres Interesse haben jeweils neue Technologien zu adaptieren.

Folgt man dieser These, würde dies bedeuten, dass organisierte Bildungsprozesse nur dann Erfolg versprechen, wenn es ihnen gelingt, die Strukturmuster der Matrix der Lernenden zu aktivieren bzw. zu stören. Daraus folgt die Notwendigkeit, sich mit den aktuellen

Denk- und Wahrnehmungsweisen von Kindern und Jugendlichen auseinanderzusetzen.

Die Web 2.0 Generation

Im Internet vermischen sich nicht nur Öffentlichkeit und Privatheit, sondern auch Professionalität und Amateurhaftigkeit. Bezüge werden nicht über fachliche Kompetenz, sondern über gleiche Interessen und/oder Zugehörigkeiten zu „Communities“ hergestellt. Authentizität wird gesucht, die subjektiv nachvollziehbare Information. Der Freund eines Freundes (schwache Beziehung) wird als glaubwürdiger angesehen als die Webseite einer seriösen Tageszeitung. Die Beziehung steht im Vordergrund. Durch Rückkanäle gibt es Austausch und Feedback (Trackback, Feeds, RSS), somit entstehen dialogische Kommunikationskulturen und eine höhere Transparenz.

Die Matrix von Web 2.0 lautet gemeinsame Intention, Personenorientierung, Freiwilligkeit der Teilnahme, eine auf dem Tauschprinzip beruhende Beziehung und ein personenbezogenes Beziehungsgeflecht, das ein gemeinsames Basisinteresse hat, das bei aktuellen Anlässen aktiviert wird. Beteiligung und Engagement sind somit Grundprinzipien der Kommunikationskultur im Web 2.0.²

SNS, WhatsApp und Line sind virtuelle Orte, die für Jugendliche eine hohe Bedeutung haben. Sie sind Teil ihrer Alltagskultur. Die User erzeugen in diesen Netzwerken Inhalte und tauschen sie untereinander aus. Ganz wesentlich wird hier mit Hilfe der digitalen Medien Beziehungsarbeit geleistet. Tauschdienste fördern die Bildung von „Communities“ bei der die Nutzer kostenlos sowohl Videos als auch Fotos hochladen können. „Broadcast yourself“ – „Stelle Dich, Deine Bedürfnisse und Interessen dar“, so könnte das Motto von YouTube lauten. Es gibt keine „Gatekeeper“. Jeder kann sich beteiligen. Jeder kann die ins Netz gestellten Daten kommentieren, womit eine dialogische Kommunikationskultur gefördert wird.

Vom geografischen Raum zum relationalen Raum

Das Internet schafft Räume jenseits des Physischen. Es hebt räumliche Distanzen auf und verbindet die ganze Welt und generiert dadurch einen entterritorialisierten Raum. Menschen, die sich ohne Internet nicht kennen würden, können über weite Entfernung miteinander kommunizieren. Der soziale Raum im Internet wird nicht mehr durch die Anordnungsmuster der Standorte von Menschen und Artefakten bestimmt (geografische Aspekte), sondern durch ein Koordinatensystem von sozialen Handlungen bzw. sozialen Positionen (Beziehungskorrelationen).

Im 20. Jahrhundert wurde in soziologischen Raum-Theorien von einem absoluten Raumkonzept ausgegangen. Raum wird bei diesem Konzept als neutrales Territorium betrachtet. Der Raum wird unabhängig vom Handeln definiert. Handlungen finden in einem unbewegten (Hintergrund-)Raum-Hintergrund statt. Dem Beziehungs- bzw. Handlungsaspekt räumen relativistische Modelle demgegenüber eine primäre Rolle ein. Der Raum wird allein als Beziehungsverhältnis zwischen Körpern angesehen.

Martina Löw³ nennt ihr Konzept „relationale Raumtheorie“. Sie hat sich damit beschäftigt, wie Raum in Wahrnehmungs-, Erinnerungs- oder Vorstellungsprozessen hergestellt wird und sich in Folge als gesellschaftliche Struktur manifestiert. Räume enthalten aus ihrer Sicht eine strukturelle Dimension (Ordnung) und sie repräsentieren zugleich eine Handlungsdimension, da sie das Ergebnis von sozialen Phänomenen und damit von Prozessen sind. Räume können Handlungen erweitern oder begrenzen. Räume sind Resultat von Handlungen, wie auch Räume Handlungen strukturieren.

Den Akt des Platzierens, das Errichten, Bauen oder Positionieren von sozialen Gütern und Menschen an Orten bezeichnet sie als „Spacing“. Über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse müssen soziale Güter und Menschen aktiv als Syntheseleistung miteinander verknüpft werden, damit Räume wirksam werden können. Raumwahrnehmung bedeutet daher eine subjektive Konstruktionsleistung.

Mit ihrer Raumtheorie reagiert Martina Löw auf Veränderungen von Raumphänomenen, z.B. die Verinselung von Sozialräumen, die Sozialisation von Jugendlichen, Körperräume, die neue Bedeutung von virtuellen Räumen. Diese Entwicklungen durchbrechen die Vorstellung eines konkreten, einheitlichen Raums und belegen, dass virtuelle und reale Präsenz gleichzeitig auftreten können. Löws Raumtheorie ist auch geeignet, die virtuellen Lebenserfahrungen von Kindern und Jugendlichen neu zu verorten. Während bei der Face-to-Face-Kommunikation die Beteiligten räumlich und zeitlich zur gleichen Zeit an einem bestimmten geografischen Ort anwesend sind, damit soziale Kommunikation stattfinden kann, ist die Onlinekommunikation nicht an einen konkreten Raum gebunden. Die Kommunikationsbeteiligten können sich an unterschiedlichen Orten befinden. Genau genommen handelt es sich bei der Computerkommunikation um „vireale“ (virtuell + real) Kommunikation. Jeweils befindet sich einer der Beteiligten real vor einem Bildschirm, während der andere Kommunikationspartner virtuell präsent ist.

Neue Lernkultur

Knapp die Hälfte ihrer Nutzungszeit (45 %) verbringen Jugendliche im Internet mit kommunikativen Tätig-

keiten. Bei den kommunikativen Tätigkeiten steht die Nutzung von sozialen Netzwerken an erster Stelle (drei Viertel der Jugendlichen). In den Netzwerken produzieren sie eigene Inhalte, stellen Bilder oder Musikdateien ins Netz bzw. verfassen Kommentare. Videoportale wie YouTube werden von 74 Prozent regelmäßig aufgesucht. 42 Prozent der Jugendlichen haben speziell bei YouTube ein eigenes Nutzerkonto angelegt, so dass sie Videos up- und downloaden können. Indem sich Jugendliche im Internet präsentieren, handeln sie aktiv.⁴ 48 Prozent der Schüler recherchieren mindestens mehrmals pro Woche zu Hause für die Schule im Internet. Sie sind es gewohnt, dass ihr Zugang zu Wissen und Information interessegeleitet ist, dass Interaktion und Kommunikation wesentliche Aspekte bei der Aneignung neuer Wissenskomponenten bilden. Nicht kognitiv-rationale Entscheidungen (lineare Klassifikationen) oder sequentielle Wahrnehmungsprozesse (wie z.B. beim Lesen) werden durch das Web 2.0 gefördert, sondern eher das assoziative und kombinatorische Denken. Das prägt ihre Erwartungshaltung.⁵

In ihrem Wahrnehmungssystem konstituieren sich durch die Nutzung dieser Technologien synaptische Verschaltungen in ihrem Gehirn, die ihr Lernverständnis und damit auch ihre Aneignungsweise von „Wirklichkeit“ nicht unberührt lassen. Will man an der Matrix der inneren Bilder anknüpfen, bedarf es der produktiven Auseinandersetzung mit ihrer Art und Weise der Aneignung von Wirklichkeit. Die Integration von Web 2.0-Technologien (u.a. Apps, Wikis, Weblogs, RSS, SNS, Podcasts, Social Bookmarking) in den Bildungsprozess könnte somit innovative Impulse für den museumspädagogischen Alltag eröffnen. Doch der Einsatz dieser Technologien alleine genügt nicht. Entscheidend dabei ist die Akzeptanz der durch Web 2.0 zum Ausdruck kommenden neuen Lernphilosophie.

Es ist notwendig, sich an den vorhandenen Einstellungen, Deutungen, Lernpräferenzen und Wahrnehmungsstrukturen der Lernenden zu orientieren. Die Verknüpfung neuen Lernens mit den Konzeptsystemen der Lernenden wird zur großen Herausforderung. Nicht der Lehrende, sondern der Lernende steht im Mittelpunkt der didaktischen Bemühungen. Damit einher geht eine Veränderung der Rolle des Pädagogen. Sie werden zu Coaches, Mentoren oder besser gesagt: zu Navigatoren des Lernprozesses. Sie sind zuständig für die Generierung der Lernumgebung, sie organisieren die Lernarrangements, sie fördern die Auseinandersetzungen der Lernenden mit dem Lernangebot. Dieses Konzept nenne ich die „Pädagogik der Navigation“.⁶

Ziel ist es, das Lernen als einen selbstgesteuerten, sozialen Prozess zu initiieren, zu einem Zusammenspiel von Lehrenden, Lernenden und Inhalt zu gelangen.

Selbstgesteuertes Lernen ist ein Prozess, bei dem die Lernenden bereit und fähig sind, ihr Lernen eigenständig zu planen, zu organisieren, umzusetzen, zu kontrollieren und zu bewerten – sei es in Kooperation mit anderen oder als Einzelne. Selbstgesteuertes Lernen erlaubt es, Autonomie, Kompetenz und das beglückende Gefühl des Selbstmachens zu erleben sowie soziale Einbindung, eine egalitäre kommunikative Beziehungskultur, Produktionslust und Faszination.

Herausforderung für die Museumspädagogik

Für die Museumspädagogik ergeben sich durch diese Veränderungen erhebliche Herausforderungen, um Jugendliche mit ihren Anliegen zu erreichen. Die Web 2.0 Generation will beteiligt sein, sie erwartet, dass die neuen Kommunikationsmedien genutzt werden. Ihr Interesse an einer langfristigen Bindung schwindet, da ihr Interesse an Bindung einerseits aktionsbezogen ist, andererseits sich an ihren subjektiven Fragen orientiert, die ihnen der Lebensalltag stellt. Sie suchen nach Räumen, in denen sie mit ihren Entwicklungsaufgaben angenommen sind. Dieses Verhalten entspricht den gewandelten Lebensbedingungen der Jugendlichen (flexibler Kapitalismus, beschleunigte Gesellschaft, Entgrenzung, Durchlässigkeit).⁷

Museen müssen sich im Anblick dieser Veränderungen als „lernende Organisation“ verstehen, d.h. die Bereitschaft haben, sich ständig an den unterschiedlichen Lebenslagen der Besucher zu orientieren und sie müssen ihre Angebote im Dialog mit den BesucherInnen entwickeln. Sich als „lernende Organisation“ zu verstehen bedeutet nicht nur ein vorbestimmtes Ziel zu verfolgen, sondern vor allem auch von den BesucherInnen zu lernen und deren Ressourcen im Blick zu haben. So entstehen komplementäre Lernprozesse, wobei die BesucherInnen zu KoproduzentInnen werden. Die Web 2.0 Generation erlebt sich als handelndes Subjekt und reagiert daher mit Rückzug, wenn sie als „Objekt“ behandelt wird.

Das Museum der Zukunft verknüpft den realen mit dem virtuellen Raum. Dem Besucher bzw. der Besucherin werden vielfältige Eindrücke und Einblicke gegeben. Das zukünftige Museum kombiniert online und vor Ort stattfindende Ereignisse und/oder Prozesse:

- *Kommunikation und Information*
Mit Hilfe von Social Media (Blogs, Twitter, SNS, RSS, Podcast) eröffnet sich ein kommunikativer Austausch mit den Besuchern. Durch die Erstellung einer Datenbank kann Information bereitgestellt werden.
- *Personalisierung*
Mit Hilfe von Downloads kann Interessierten individueller Zugriff zu vertiefenden Informationen ermöglicht werden.

- *Vernetzung und Austausch*
Durch Facebook, Wikis, die Share-Funktion und/oder Social Bookmarking wird der Besucher zugleich zum Anreger für aktuelle und zukünftige Projekte.
- *Partizipation und Kollaboration*
Wikis, Blogs, Social Tagging, Kommentar-, Bewertungsfunktion und allgemein user generated content (UGC) bieten virtuelle Räume für Beteiligung.

In einigen Museen wird bereits begonnen, derartige Konzepte zu realisieren, so z.B. von der Tate-Gallery.⁸ Es werden unterschiedliche interaktive Kommunikations- und Erfahrungsräume angeboten, wie z.B. Spiele, Filme, digitales Malen, Texte über Kunst, Sketche sowie Einblicke in die Galerie. Damit die Museen im Netz gefunden werden bedarf es der Verknüpfung mit den Sozialen Netzwerken oder der Selbstdarstellung in diesen Plattformen, wie z.B. Twitter, Wikipedia (z.B. Städel), Mister Wong, Delicious, meinVZ, Flickr (Jüdisches Museum), YouTube (Theater Neu-Ulm), Friendster, MySpace (Andy Warhol-Museum) und Facebook (Städel). Web 2.0 kann helfen, die Aufmerksamkeit auf die eigenen Angebote und Aktivitäten zu lenken.

In ihrer Freizeit interessieren sich Jugendliche für Rituale, „Inszenierungen“ ihres Lebens, soziale Events und „Erlebnis-Kicks“. Sie sind orientiert an der Konsumkultur und nutzen die neuen Kommunikationsmedien.

Das Handy könnte auch ein Medium sein, mit dem ganz neue Möglichkeiten der kulturellen Teilhabe erschlossen werden könnten. Der primär über Handy-Apps genutzte Ortungsdienst Gowalla⁹ verknüpft mithilfe von Geodaten einen interaktiven Fremdenführer und ein Tool für spontane Verabredungen mit spielerischen Komponenten. Es handelt sich um sogenannte ortsgebundene Dienste (location based service) bzw. um Social Mapmarking Plattformen, bei denen es zu einer Überlagerung von realen und virtuellen Raumerfahrungen kommt. Ziel von Gowalla ist es, die allgemeinen und besonderen Orte des täglichen Lebens zu besuchen, in Gowalla anzulegen und mit seinen Freunden und Bekannten zu teilen. An öffentlichen Plätzen und Museen kann man nicht nur „einchecken“, sondern auch Tipps hinterlassen. So lernt man Aspekte der „eigenen“ Stadt aus personalisierter Sicht kennen, die einem bislang unbekannt waren und hat für „fremde“ Städte einen perfekten Reiseführer, der vor allem Insider-Tipps enthält. So spannend und anregend die zuletzt genannten Möglichkeiten auch sein mögen bedarf es gerade an dieser Stelle auch der Reflexion, welche Daten man von sich offenbart.

Das Mobiltelefon als Museumsführer kann bzw. wird die etablierten Audioführungen erweitern. Bilder, Texte, Filme und Sounds können über QR-Codes

bzw. RFID (automatische Identifizierung und Lokalisierung von Gegenständen und Lebewesen), die von Smartphones gelesen werden, zu einer individuelleren und interaktiven Aneignung von Museumsartefakten führen. Das Museum Steinau¹⁰ experimentiert bereits mit diesem Konzept. Auch im öffentlichen Raum ist das Konzept sehr erfolgreich: In Warschau beispielsweise können in der Stadt auf Infotafeln zum Leben Frederic Chopins und auf Sitzbänken über QR-Codes Zusatzinformationen und -materialien abgerufen werden. Hier werden physische Objekte mit einer virtuellen Repräsentation im Internet verknüpft. Ziel ist die Minimierung der Informationslücke zwischen der realen und virtuellen Welt.

In der nächsten Zukunft bietet Augmented Reality erhebliche Potenziale für interaktive Museumserfahrungen. Mit Augmented Reality beginnt zurzeit eine neue Phase der Wirklichkeitsabbildung. Diese Technik, die auch „erweiterte Realität“ genannt wird, ermöglicht mit einem Smartphone die Lebenswelt abzutasten (das Handy wird so gehalten als ob man ein Foto machen möchte), zugleich werden auf dem Bildschirm Links gezeigt, die es ermöglichen, Metainformationen (Hintergrundinformationen, Bewertungen von Freunden, Links, Kommentare, etc.) zu erhalten. Mit Augmented Reality kann Social Mapping in die Ausstellungsräume eingebunden werden.

Die Herausforderungen stellen sich allerdings nicht nur der Museumspädagogik, sondern auch den Kuratoren von Ausstellungen und dem Management der Museen, da die Einbeziehung von Web 2.0 in das Selbstverständnis alle Arbeitsbereiche des Museums betreffen. Sowohl das Selbstverständnis, die Öffentlichkeitsarbeit, die inhaltliche und didaktische Gestaltung von Ausstellungen und die „Beziehungsarbeit“ mit den Besuchern bleiben nicht unberührt von der kommunikativen Veränderung unserer Lebenswelt.

Prof. Dr. Franz Josef Röhl
Hochschule Darmstadt
Adelungstraße 51
64283 Darmstadt
franz-josef.roell@h-da.de



Prof. Dr. Franz Josef Röhl (1949) studierte Diplompädagogik und Soziologie in Frankfurt und promovierte in Bielefeld. Er lehrt an der Hochschule Darmstadt den Schwerpunkt Neue Medien und Medienpädagogik.

¹ Hüther, Gerald: Die Macht der inneren Bilder – Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern. Göttingen 2011.

² Ertelt, Jürgen; Röhl, Franz Josef: Web 2.0 – Jugend online als pädagogische Herausforderung. München 2008.

³ Löw, Martina: Raumsoziologie. Frankfurt am Main 2001.

⁴ Medienpädagogischer Forschungsverbund (Hg.): JIM-Studie 2013, Jugend, Information und (Multi)Media. Stuttgart 2013. S. 33-35, S. 37.

⁵ Medienpädagogischer Forschungsverbund (Hrsg.): JIM-Studie 2013, Jugend, Information und (Multi)Media. Stuttgart 2013.

⁶ Röhl, Franz Josef: Pädagogik der Navigation – Selbstgesteuertes Lernen mit Neuen Medien. München 2003.

⁷ Rosa, Hartmut: Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt 2005/Sennet, Richard: Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. München 2000.

⁸ <http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern/things-to-do> [15.12.2013].

⁹ <http://gowalla.com/> [15.12.2013].

¹⁰ <http://www.museum-steinau.de> [15.12.2013]

„Jugendgerechte“ Ausstellungen?

Oliver Gies

Ist das eine neue Anforderung an Ausstellungen, so wie „behindertengerecht“? Nicht ganz, aber es bedeutet schon: auf die besonderen Bedürfnisse einer Zielgruppe einzugehen. Was aber sind die „besonderen“ Bedürfnisse dieser nicht einmal eindeutig definierten Zielgruppe? Und wie sollen wir als mindestens erwachsene Ausstellungsmacher, die bestenfalls Eltern sind, das beurteilen?

Ob es darum geht, eine Ausstellung speziell für Jugendliche zu entwickeln oder eine Ausstellung so zu gestalten, dass sie auch Jugendliche anspricht, gibt es zwei mögliche Antworten auf diese Frage, die uns als Ausgangspunkt und Leitfaden dienen:

1. Jugendliche wollen ernst genommen werden.
2. Jugendliche suchen starke Reize.

Aus Punkt 1 folgt vor allem, was man nicht tun sollte: Sich anbieten, witzig sein wollen, jugendliche Sprache imitieren oder die Welt erklären. Ausstellungen für Jugendliche müssen sich noch mehr als sonst als Angebote für eigene Entdeckungen und Erkenntnisse verstehen.

Der entscheidende Punkt jedoch ist Punkt 2, denn er erfordert Mut. „Starke Reize“ muss nicht (unbedingt) „laut“ oder „3D“ bedeuten. Vielmehr geht es darum, sich für eine Idee, ein Konzept, eine Geschichte oder ein Medium zu entscheiden, das konsequent umgesetzt zu einem starken Gesamteindruck wird, den es weiterzuerzählen lohnt.

Als Ausstellungsmacher stehen uns viele Mittel und Medien zur Verfügung, um Ausstellungsinhalte und Themen zu vermitteln. Wir können Ausstellungen einen knackigen Titel geben (der keinen einzigen Jugendlichen ins Museum bewegen wird), wir können ungewöhnliche, humorvolle oder emotionale Ausstellungsfilm produzierten, wir können Hands on-Exponate und Spielstationen entwickeln, wir können besondere Raumerlebnisse, Teamaufgaben oder Wettkampfsituationen schaffen, Angebote zur Teilhabe bzw. Partizipation, mit oder ohne Social Media, bieten oder für eine gute Anbindung der Museumspädagogik in der Ausstellung sorgen. All das haben wir getan – mit wechselndem Erfolg.

Oft wird von unserer Arbeit erwartet, die breite Zielgruppe, also „alle“ glücklich zu machen, und dann setzen wir auf einen Mix dieser Medien und Möglichkeiten. Eine Ausstellung aber, die ganz gezielt Jugendliche ansprechen will, sollte den Mut haben, sich auf einen dieser Ansätze zu stürzen und diesen konsequent zu verfolgen.

Der Erfolg des Universum Bremen bei Jugendlichen zum Beispiel beruht auf seiner durchgängigen Interaktivität. Fast jede der rund 200 Stationen, die wir für das erste große Science Center in Deutschland entwickelt haben, war wirklich interaktiv. Der erfolgreichste Teil des Klimahaus in Bremerhaven ist die „Reise“, die einem ebenso klaren wie aufregenden Konzept folgt: Der Besucher erlebt eine Reise um die Welt – und lernt so die Klimazonen der Erde kennen und die Menschen, die in ihnen leben.

Im April 2014 wird die Ausstellung „Ist das möglich?“ im LVR Industriemuseum Engelskirchen eröffnen, die das Thema „Materialeigenschaften“ jugendgerecht vermitteln will. Ausgehend von den Ideen der Museumspädagogen haben wir hier ein Konzept entwickelt, das einerseits extrem pädagogisch ist, gleichzeitig sehr witzig und gruppenorientiert ist und das

konsequent die gesamte Ausstellung durchzieht und bestimmt: Der Ausstellungsbesuch wird als Quizshow inszeniert – mit einer Vorbereitungsphase, in der man die notwendigen Kenntnisse erwirbt und einer Showphase, in der die Besucher dann in einer Quizshowsituation ihr Wissen unter Beweis stellen können. In dem Quiz können sich die Jugendlichen auch persönlich in ihren sozialen Beziehungen einbringen – auch das ist ein Faktor, von dem wir uns viel versprechen.

Soweit die Theorie: Der Praxistest wird ab April 2014 im LVR Industriemuseum am Standort Engelskirchen zu begutachten sein.

Oliver Gies
mgp ErlebnisRaumDesign GmbH
Luruper Chaussee 125, Haus 8 Süd
22761 Hamburg
gies@missallgiespartner.de

Oliver Gies, Studium Physik, Philosophie und Ethnologie et al.; Mitbegründer der Erlebnisausstellung SINNFONIE; Agenturinhaber als Ausstellungsmacher seit 1999, seit 2008 mit MISSALL, GIES + PARTNER.



Jugendliche begeistern

Einblicke in einen kreativen Denkprozess

Anne Vogt

Wie schafft man es, eine junge Zielgruppe visuell anzusprechen, und wie kann man darüber hinaus Inhalte themengerecht vermitteln? Hier ist vor allem Kreativität gefragt. Zum einen, um den Kopf freizubekommen und querzudenken, und zum anderen, um ein spannendes und ansprechendes Resultat zu erzielen, das Jugendliche begeistert.

Doch was bedeutet Jugend-I-Ich? – ehh ...

Das Bewusstsein über die gewünschte Altersgruppe, einen möglichen variierenden Bildungshintergrund und die entsprechenden Lebenswelten ist unabdingbar. Die zu ermittelnde Zielgruppe „Jugend von heute“ sollte ständig neu zu erkennen, verstehen und schätzen sein, um sinnvolle Ideen für mögliche Kampagnen oder zur Gestaltung von Kommunikationsmaterial zu erarbeiten. Auf dieser Basis kann visuelle Kommunikation zugänglich kreiert werden.

Willst du mit mir gehen oder müssen wir jetzt reden?!

Um eine kreative Umsetzung erarbeiten zu können, empfiehlt es sich, über die wichtigsten Grundlagen

visueller Kommunikation wie Darstellungstechnik, Sprache, Typografie (das Fachwissen über Schrift und Schriftsetzung) und Konzeption vorab nachzudenken. Allein durch die Überprüfung der gewünschten und der möglichen Herangehensweise lässt sich die Realisierung einer Idee, deren Finanzierung und Ausführung bereits abstecken. Diese Überprüfung kann durchaus ausschlaggebend für das Kreativ-Potenzial eines Projektes sein – oder bereits inspirieren. So ist nicht zwangsläufig das Projekt mit der größten finanziellen Unabhängigkeit immer gleich das spannendste.

Für einen Kreativ-Prozess können Fragen, die ziel führend formuliert sind und beispielsweise auch auf ein provokantes, selbstverständliches oder auch ironisches Ergebnis hinführen dürfen, helfen, wie: „Gibt es eine Analogie oder Metapher, durch die man den Nutzen/Wert des gezeigten Gegenstandes ohne Worte darstellen kann?“ Auch hilft es, über Materialität und Verarbeitung von anderen Gewerken nachzudenken oder die Farbräume in Jugendmagazinen zu beschreiben. Sobald man sich einige solcher Fragen gestellt hat, kann es ganz erstaunlich sein, auf welche neuen Ideen, Bilder und Lösungsansätze man kommen kann.

Ergebnisse

Natürlich sind in einem kreativen Prozess gewisse Regeln einzuhalten; die Arbeit an einem Kommunikationsprojekt beinhaltet weit mehr als eine bunte Spielwiese an verrückten Möglichkeiten. Und ohne fachliches Know-how lassen sich die eigenen Ideen meist nur schwer umsetzen. Doch eine positive Grundeinstellung und Offenheit für außergewöhnliche Herangehensweisen sind in der Jugendkommunikation unabdingbar, um das eigene Anliegen zu vermitteln. Gleichzeitig sollte aber auch eine gewisse Glaubwürdigkeit gewahrt werden: Das beste Ergebnis ist nicht immer das ausgefallenste, sondern eines, das die junge Zielgruppe mit ihren Bedürfnissen ernst nimmt. Ratsam ist auch, die gewünschte Zielgruppe direkt in die Ideenfindung und Umsetzung einzubinden, sich auszutauschen und deren Meinung einzuholen, um ein authentisches Ergebnis zu erzielen.

Anne Vogt
capito Agentur für Bildungskommunikation GmbH
Boxhagener Straße 76-78
10245 Berlin
avo@capito.de

Anne Vogt hat 2010 das Studium Kommunikationsdesign in Münster beendet und arbeitet seit 2013 bei capito – Agentur für Bildungskommunikation GmbH in der Kreation. Sie ist auf die visuelle Umsetzung für Kinder und Jugendliche spezialisiert.



WÜNSCH DIR WAS!

Ideenwettbewerb für Jugendliche der Staatlichen Museen zu Berlin

Monika Zessnik

Was wünschen sich Jugendliche im Museum? Welche Formate würden sie entwickeln, welche Aktionen planen, welche Räume gestalten und welche Ideen erdenken, hätten sie Mitspracherecht? Und was können Museen daraus lernen? Mit diesen Fragen fordern die Staatlichen Museen zu Berlin Jugendliche zur Teilnahme am Ideenwettbewerb WÜNSCH DIR WAS! auf und erhalten kreative, kritische und unerwartete Konzepte.

Meist besuchen Jugendliche im Rahmen von Schulveranstaltungen Museen, viel seltener mit der Familie. Individuelle Besuche in der Freizeit sind noch seltener. Aus dieser Erkenntnis entstand die Idee zu WÜNSCH DIR WAS! Der von der Sparkassen Finanzgruppe finanzierte Wettbewerb ermöglicht Jugendlichen die aktive Teilhabe im Museum.

Der Wettbewerb wird jährlich für ein anderes Haus der Staatlichen Museen zu Berlin ausgeschrieben. Kommuniziert wird WÜNSCH DIR WAS! über Informationsmedien und direkte Ansprache von Schulen und Freizeiteinrichtungen. In Workshops zur Ideenfindung erhalten Jugendliche vorab kostenlose Beratung und Unterstützung von Experten. Bewerbungen wer-

*Selbstinszeniertes Polaroidfoto,
inspiriert von afrikanischer Studiofotografie.
Foto: Anne Schuhmann © Staatliche
Museen zu Berlin*



den in Form von Fotos, Videos, Audio-Dateien und/oder Texten eingereicht. Die innovativste Idee wird von einer Jury aus Vertretern der Zielgruppe und Museums-
experten prämiert und erhält zur Realisierung finanzielle Unterstützung und professionelle Beratung.

MIXART

„Ihr wollt Jugendliche? Dann gebt ihnen Raum!“ Diese Forderung übermittelten 2011 sechs Jugendliche in einem selbst gedrehten Video in der Pilotphase von WÜNSCH DIR WAS! im Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart – Berlin. Ihr Projekt MIXART wurde mit dem ersten Preis prämiert. MIXART hat den interdisziplinären Gedanken des Hamburger Bahnhof ernst genommen; mit einem Jugendfestival – in dessen Rahmen Workshops mit KünstlerInnen aus verschiedenen Sparten stattfanden – und einer Jugendgalerie, die als Probe-, Dokumentations- und Ausstellungsraum für die Aktionen der Jugendlichen fungierte. Zur Konzeption luden sich die Gewinnerinnen KünstlerInnen ein, mit denen sie Workshops für die anderen Jugendlichen planten und während des Festivals gemeinsam leiteten. In der MIXART Ausstellung wurden die Ergebnisse der Workshops präsentiert und das Publikum spielerisch zur Interaktion eingeladen – durch Spielanweisungen für performative Auseinandersetzungen, Skulpturen von räumlichen Situationen und Soundtracks.

NACHTS IM MUSEUM

Drin bleiben, wenn alle anderen raus müssen? Das war der besondere Reiz von NACHTS IM MUSEUM. Das Gewinnerprojekt des zweiten Jahrgangs von WÜNSCH DIR WAS! überzeugte mit der Idee, ein Event zu inszenieren, um das Ethnologische Museum Berlin nachts zu erleben. Lebendigkeit in die Ausstellungen zu bringen und das Interesse an verschiedenen Kulturen zu wecken, waren die gesteckten Ziele. Das Ergebnis waren inszenierte Streifzüge, die ungewöhnliche Blicke auf Objekte durch Tanz, Theater und spielerische Experimente boten. An zwei Abenden begleiteten rund 30 jugendliche SchauspielerInnen und TänzerInnen die BesucherInnen in das Dunkel der Ausstellungen, die durch Performances zum Leben erweckt wurden. Im Laufe dieser musealen Feldforschung wechselte die Rolle der BesucherInnen von teilnehmenden BeobachterInnen zu aktiven Teilnehmenden, die sich selbst fotografisch und performativ inszenierten.

Die Ideen der Jugendlichen und die Begeisterung der Teilnehmenden zeigen uns, dass es sich lohnt, das Publikum an der Museumsarbeit zu beteiligen. Museen werden dadurch vor neue Aufgaben gestellt, denn diese Arbeitsweisen fordern ihre Foren und Räume nach-



drücklich ein. Dafür gilt es Raum, Zeit und Finanzen zu schaffen, um entsprechende Rahmenbedingungen für zukunftsfähige Bildungsarbeit in Museen zu gestalten.

Informationen unter:
www.wuenschdirwas.museum
www.facebook.com/WuenschdirwasSMB
wuenschdirwas@smb.museum

Monika Zessnik
Sammlung Amerikanische Ethnologie/Nordamerika
Ethnologisches Museum
Staatliche Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz
Arnimallee 27
14195 Berlin
m.zessnik@smb.spk-berlin.de



Monika Zessnik, Kulturanthropologin, seit 2005 Kuratorin für Vermittlung und Bildung für die Museen Dahlem/Berlin und das Humboldt-Forum; seit November 2013 Kuratorin für Amerikanische Ethnologie.

Auf dem Weg zum digitalen Museum:

Von Medien, Zielgruppen und dem Bildungsauftrag einer Kulturinstitution

Chantal Eschenfelder

Worin besteht der Bildungsauftrag eines Kunstmuseums?

Kunstmuseen übernehmen zunehmend gesellschaftliche Aufgaben, die über die reine Vermittlung von Kunst und Ästhetik hinausgehen. Die große Aufgabe der Zukunft wird sein, die Relevanz der Sammlungsbestände immer wieder neu zu vermitteln und jenseits der physischen Grenzen des Museums uneingeschränkten Zugang zu kulturellen Inhalten zu ermöglichen – gerade auch für Kinder und Jugendliche.

Warum müssen Kulturinstitutionen heute auch digitale Vermittlung betreiben?

Für die nachwachsenden Generationen ist der klassische Museumsbesuch nicht mehr selbstverständlich. Sie beschäftigen sich zunehmend mit Fragen und Inhalten, die ihnen im digitalen Raum zur Verfügung gestellt werden. Kulturelle Themen, die dort nicht präsent sind, werden in der Zukunft kaum noch ein Publikum finden.

Sind Zielgruppen noch zeitgemäß?

Jeder Besucher ist anders, jeder Besuch auch. Deshalb sind im Städel Museum nicht nur unterschiedliche Formate für verschiedene Zielgruppen entwickelt worden, sondern auch für unterschiedliche Anlässe und Motivationen eines Museumsbesuchs.



Interaktiver Medientisch im Kabinett zum Main. Foto: Marc Jacquemin

Was interessiert Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren?

In diesem Alter interessieren sich Jugendliche in der Regel nicht für Kultur, sondern für ihre eigenen Themen: Freunde, Ablösung von der Familie und die Entwicklung eigener Lebensentwürfe. Deshalb bietet das Städel Museum die Sommerakademie an: ein einwöchiges Trainingsprogramm zur Berufsorientierung, das die Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeitsstruktur und das Erkennen von Kompetenzen fördert.

Inwieweit trägt die Nutzung von Social Media-Kanälen zur Akzeptanz musealer Inhalte bei Jugendlichen bei?

15.000 „Likes“ bei Facebook sind ein gutes Marketinginstrument, transportieren aber noch keine kulturellen Inhalte. Viele Jugendliche stehen der zunehmenden Unterwanderung „ihrer“ Kommunikationsplattformen durch Bildungsanbieter skeptisch gegenüber. Gerade für Kulturinstitutionen ist es wichtig, Social Media-Aktivitäten durch andere digitale Vermittlungsformate zu ergänzen.

Beeinträchtigt digitale Vermittlung die Wirkung des Originals?

Im Gegenteil, das große Manko der digitalen Vermittlung ist das Fehlen der emotionalen Reaktion, die das Betrachten des Originals üblicherweise hervorruft. Das physische und das digitale Besucherlebnis ergänzen einander.

Was ist die richtige Mischung aus Bildung und Unterhaltung?

Anders als die personale Vermittlung im Museum erfordert die digitale einen höheren Unterhaltungswert. Wesentlich für das Generieren von Interesse und Verständnis ist der Spannungsbogen der Erzählstruktur: das „Digital Storytelling“.

Was ist die richtige Mischung aus Vorgabe und Partizipation?

Im digitalen Raum ist die Partizipation der Nutzer eines der wesentlichen Erfolgskriterien. Sobald sich das Angebot nur im Konsumieren vorgegebener Inhalte



erschöpft, erlahmt das Interesse. Digitale „Besucherlebnisse“ sollten selbstbestimmtes, entdeckendes und forschendes Lernen ermöglichen, so dass stets mehr gefunden wird, als man gesucht hat.

Wodurch zeichnet sich die digitale Vermittlung im Hinblick auf das Selbstverständnis des Städel Museums als Kulturinstitution aus?

Mit seinem Sammlungsbestand aus 700 Jahren Kunst und seinem interdisziplinären Vermittlungsansatz liefert das Museum die Basis für eine aktuelle Debatte aller gesellschaftlichen Aspekte des Lebens. Angebote für den digitalen Erlebnisraum, die Strategien der theoretischen und praktischen Vermittlung auf die Anforderungen einer virtuellen und multimedialen Erlebnis- und Lernumgebung übertragen, können gerade jungen Besuchern vielfältige Zugangsmöglichkeiten eröffnen. Ein interaktiver Touch-Tisch in der Sammlung oder der „Artonaut“, ein digitaler Guide für Kinder, sind erste Schritte auf dem Weg zur Umsetzung eines digitalen Museums.

Dr. Chantal Eschenfelder
Städel Museum
Dürerstraße 2
60596 Frankfurt am Main
eschenfelder@staedelmuseum.de



Dr. Chantal Eschenfelder, Leitung Bildung & Vermittlung, Städel Museum, Schirn Kunsthalle Frankfurt und Liebighaus Skulpturensammlung.

„Jugend ins Zentrum!“ bekennt Farbe

Kristina Rahe

Seit dem Frühjahr 2013 ist die Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. mit ihrem Konzept „Jugend ins Zentrum!“ an dem Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung beteiligt, das im Zeitraum 2013 bis 2017 bundesweit lokale Bündnisse aus mindestens drei Partnern unterstützt, die Angebote der kulturellen Bildung für bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche durchführen. Mehrere der aktuell rund 80 über „Jugend ins Zentrum!“ geförderten Projekte sind im Bereich der Bildenden Kunst aktiv, darunter das Projekt „Bunt statt grau“ des Pegasus e.V. des SPI, Niederlassung Brandenburg.

„Bunt statt grau“ veranschaulicht exemplarisch diverse Ansätze soziokultureller Jugendbildungsarbeit. Soziokultur lässt sich als kulturelle Praxis mit starkem Gesellschaftsbezug beschreiben und zeichnet sich durch eine enge Verknüpfung des Alltagslebens mit Kunst und Kultur aus. Ein wichtiges Merkmal ist dabei der niedrigschwellige Zugang. Im direkten Sinne erfüllt das Projekt diesen Anspruch durch seine Lage im unmittelbaren lokalen Umfeld der Jugendlichen: Das einjährige Graffiti-Projekt agiert im öffentlichen Raum fußläufig zum Soziokulturzentrum, einem Jugendclub und einer Schule und ist somit leicht für viele Jugendliche erreichbar. Es ist mit der Stadt Senftenberg abgestimmt, soll die Kunstform Graffiti aus ihrer „Schmuddelecke“ holen und den Standort jugendkulturell aufwerten. Die Stadt hat eine leerstehende Turnhalle in das Projekt eingebracht, deren Außenwände gestaltet werden können. Klar voneinander abgegrenzte Wandflächen ermöglichen vom unverbindlichen Ausprobieren über die



*Keine Angst vor der leeren Wand:
Ein Graffiti-Künstler vermittelt erste Spray-
techniken*



Gestaltung von anspruchsvolleren Motiven bis hin zum professionellen Großflächenbild als gemeinschaftlichem Endprodukt, dass jeder auch ohne Fachwissen mitwirken kann. Der Zugang ist somit auch im übertragenen Sinne niedrigschwellig. In der Anfangsphase war zunächst ein Sozialarbeiter kontinuierlich in den Nachmittagsstunden vor Ort, um Jugendliche zur Beteiligung zu motivieren. Diese unverbindliche Erstanrede wurde, auch durch die Wahl der jugendaffinen Technik Graffiti, sehr gut angenommen. Viele der Jugendlichen, die sich auf der Testwand erprobt haben, nahmen im weiteren Projektverlauf an künstlerischen Workshops oder an Skizzen-Wettbewerben teil.

Die Zusammenarbeit mit professionellen Künstlerinnen und Künstlern ebenso wie mit pädagogischen Fachkräften macht das Anliegen deutlich, dass Prozess- und Produktcharakter des „Erfahrungsraums Kunst“ sich gegenseitig die Waage halten. Es entstehen Produkte mit eigenem künstlerischem Wert. Gleichzeitig agiert das Projekt partizipativ: Die Jugendlichen und ihre Anliegen stehen im Fokus des Entstehungsprozesses und werden aktiv in diesen eingebunden. Ziel ist die Befähigung zur „Eigenregie“ – sich künstlerisch zu erproben und auszudrücken und in eigener Initiative kreativ zu

werden. Für viele der beteiligten Jugendlichen stellt das Projekt die erste Berührung mit dem Medium Kunst dar. Ein weiterer Schritt wäre es nun, mit der mittlerweile entstandenen Kerngruppe Bezüge zu anderen Kunstformen, zu Galerien und Museen herzustellen. Diese in vielen soziokulturellen Zentren bereits langjährig bestehende Verbindung wird durch den Netzwerkgedanken von „Kultur macht stark“ bestärkt. Das Programm bietet die hervorragende Gelegenheit, vorhandene Kooperationen zu intensivieren und neue Partnerschaften – sowohl von Seite der Soziokultur als auch der ebenfalls im Programm vertretenen Museen – einzugehen.

Kristina Rahe
Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V.
Lehrter Straße 27-30
10557 Berlin
kristina.rahe@soziokultur.de



Kristina Rahe, Diplom-Pädagogin mit den Schwerpunkten Kultur- und Medienarbeit, ist seit März 2013 Leiterin des Projektes „Jugend ins Zentrum!“ der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. im Rahmen von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des BMBF.

„Soziales Engagement“ im Stadtmuseum Hornmoldhaus

Ein Projekt mit RealschülerInnen der Klassenstufe 8

Regina Ille-Kopp

„Am Anfang war ich beim Reden mit Fremden sehr verlegen. Durch das Reden mit Kindern und den Museumsmitarbeitern wurde ich immer sicherer und es macht mir jetzt nichts mehr aus, auf fremde Menschen zuzugehen und sie anzusprechen.“ (Jaromir). „... so eine Erfahrungen habe ich noch nie gemacht ... natürlich war das Catering bei der Ausstellungseröffnung was Neues, was mir sehr gefallen hat, eben ein Job, wo man echt ran muss...“ (Larissa). Die Zitate stammen von zwei der rund 80 am Projekt teilnehmenden Jugendlichen.¹

Um die außerhalb von Schülerführungen schwer erreichbare Zielgruppe der Jugendlichen besser ansprechen zu können, wandte sich die Museumsleitung 2009 an die kommunale Schulleiterkonferenz. Über das Staatliche Schulamt kam der Kontakt zur Ansprechpartnerin TOP SE² im Regierungspräsidium Stuttgart für den Schulamtsbezirk Ludwigsburg zustande. Gemeinsam wurde das Projekt „Soziales Engagement im Museum“ konzipiert und mit SchülerInnen aus drei Realschulen durchgeführt.

Während der Einführungsmodule werfen die SchülerInnen einen Blick hinter die Kulissen des Museums. Sie lernen die klassischen Museumsaufgaben, z.B. bei Depotbesuchen, sowie ihre potenziellen Aufgaben und die damit betrauten MitarbeiterInnen kennen. Rollenspiele sensibilisieren sie für den Umgang mit Museumsbesuchern und für potenzielle Konfliktfelder. Danach beginnt die ehrenamtliche Mitarbeit der Jugendlichen, z.B. bei Veranstaltungen oder Eröffnungen. Gerne engagieren sich die Jugendlichen auch bei angeleiteten Reinigungsarbeiten archäologischer Funde oder der Erstellung von Objektfotos. Die Verantwortung liegt dabei immer beim Museumspersonal, die Jugendlichen unterstützen nach Vereinbarung während der Durchführung sowie der Vor- und Nachbereitung.

Im Unterschied zu Sozialpraktika z.B. in Kindergärten werden die SchülerInnen vom Museum nur dann eingesetzt, wenn wirklich Unterstützung nötig ist. Die Termine für die 20 zu erbringenden Praktikumsstunden erhalten die Jugendlichen frühzeitig per E-Mail. Sie entscheiden selbst, wann und bei welchen Aufgaben sie mitarbeiten wollen. Zum Abschluss des Sozialpraktikums fertigen die SchülerInnen eine Dokumentation an, in der sie u.a. ihre Stärken und Schwächen, ihre Teamfähigkeit und ihre Erfahrungen, für andere Verantwortung zu übernehmen, reflektieren.

Nach intensivem Austausch mit den beteiligten Lehrkräften zeigte sich, dass die angestrebten Projektziele aus schulischer Sicht erreicht werden. Das Museum wird als wichtiger außerschulischer Partner gesehen, der durch die persönlichen Beziehungen zu den MitarbeiterInnen Modelle sozialen Lernens anbietet und damit Selbstwirksamkeit und Selbstvertrauen der SchülerInnen in einer positiven und sicheren Lernumgebung ermöglicht und nachhaltig verstärkt.

Auch aus Sicht des Museums ist das Projekt erfolgreich. Sowohl bei der Einführung als auch im gemeinsamen Tun erfahren die Jugendlichen vieles über die Arbeit im Museum, lernen neue Berufsfelder kennen und arbeiten

mit Ehrenamtlichen zusammen. Diese Erfahrungen tragen sie in ihre Familien und motivieren diese zu – manchmal ersten – Museumsbesuchen.

Die motiviert geleistete Arbeit der Jugendlichen bedeutet echte Hilfe für das Museumsteam. Die MuseumsmitarbeiterInnen erhalten im Kontakt mit ihnen wichtige Impulse für die eigene Arbeit. Manche Jugendliche halten den Kontakt und schließen Praktika oder eine weitere ehrenamtlich geleistete Zusammenarbeit an.

Nach fünf Jahren steht fest: Das Projekt „SE Museum“ hat sich positiv entwickelt, wirkt nachhaltig und wird weitergeführt.

Regina Ille-Kopp
Stadt Bietigheim-Bissingen, Stadtmuseum Hornmoldhaus
Hauptstraße 61-63
74321 Bietigheim-Bissingen
r.ille-kopp@bietigheim-bissingen.de



Regina Ille-Kopp leitet das Stadtmuseum Hornmoldhaus in Bietigheim-Bissingen. Zu den Schwerpunkten ihrer Arbeit zählen Konzeption und Umsetzung museumspädagogischer Projekte für verschiedene Zielgruppen.

¹ Larissa und Jaromir besuchten die 8. Klasse der Oscar-Paret-Schule in Freiberg am Neckar.

² Seit dem Schuljahr 2004/05 gibt es an baden-württembergischen Realschulen neben Fächern und Fächerverbänden sog. „Themenorientierte Projekte“, kurz TOPs. Eines davon ist das TOPs(oziales) E(ngagement), das im Einzugsbereich des Stadtmuseums Hornmoldhaus in der Klassenstufe 8 durchgeführt wird. Weitere Infos unter www.topse-bw.de [05.01.14].

„dzokkis“

Jugendliche in der KZ-Gedenkstätte Oberer Kuhberg Ulm

Annette Lein

Ein Mitglied der Jugendgruppe des DZOK führt eine Schülergruppe



Jugendliche werden im Dokumentationszentrum Oberer Kuhberg (DZOK)¹ nicht nur als Rezipienten pädagogischer Angebote begriffen, sondern sind eingeladen, eigene Ideen und Perspektiven einzubringen – mit dem Leitziel, Erinnerung neu zu verankern und zugleich jugendliche Impulse in die Gedenkstättenarbeit zu integrieren. Neben pädagogischen Angeboten für Schulklassen existiert daher schon seit etwa 10 Jahren eine eigene Jugendgruppe, die sich am historischen (Unrechts-)Ort sowie in der Institution engagiert. Eine Gruppe Jugendlicher an einer KZ-Gedenkstätte zu konstituieren und dauerhaft zu begleiten, ist bis heute eher eine Ausnahme in der bundesdeutschen Gedenkstättenlandschaft und gilt als beispielhaft für partizipatorische Gedenkstättenarbeit.

Im DZOK können junge Menschen aller(!) Schularten zwischen 14 und 19 Jahren (aus der Region) eigene Aktivitäten für eine kritische und gegenwartsbezogene Erinnerungsarbeit entwickeln und gestalten. Kein leichtes Unterfangen: Nur eine kleine Minderheit Jugendlicher interessiert sich so für NS-Zeit und Gedenkstättenarbeit, dass sie sich in ihrer Freizeit damit beschäftigen und dies auch nach außen tragen will. Eine wichtige Motivation für sie ist die Abgrenzung vom scheinbar „unpolitischen Mainstream“ der eigenen Generation, fast ein Code, über den sie sich absetzen wollen und sich als politisch bewusst definieren. Auch Fragen an die eigene Familiengeschichte und Identität spielen eine Rolle.

Behutsam und nach individuellen Interessen werden die Jugendlichen in die unterschiedlichen Bereiche der Gedenkstättenarbeit integriert. Denn die Gefahr ist groß, die Jugend, die in der Öffentlichkeit gern als „Hoffnungsträger für die Zukunft“ stilisiert wird, für institutionelle Interessen und Erwägungen zu instrumentalisieren. Die Existenz einer Jugendgruppe allein ist kein Garant für eine zukunftsgerichtete Gedenkstättenarbeit.

Behutsam und nach individuellen Interessen werden die Jugendlichen in die unterschiedlichen Bereiche der Gedenkstättenarbeit integriert. Denn die Gefahr ist groß, die Jugend, die in der Öffentlichkeit gern als „Hoffnungsträger für die Zukunft“ stilisiert wird, für institutionelle Interessen und Erwägungen zu instrumentalisieren. Die Existenz einer Jugendgruppe allein ist kein Garant für eine zukunftsgerichtete Gedenkstättenarbeit.

Zu den Handlungsfeldern der „dzokkis“ gehören die Durchführung eigener Veranstaltungen, die Übernahme von Aufsichten und Führungen in der Gedenkstätte, Praktika in Archiv und Bibliothek des DZOK, die Mitgestaltung des historisch-politischen Bildungsprogramms des DZOK, Theaterworkshops, Studienfahrten und die Gestaltung einer jugendgerechten Öffentlichkeitsarbeit, die notwendig ist, da die Ulmer „dzokkis“ i.d.R. nach dem Schulabschluss die Stadt verlassen, so dass sich die Gruppe ständig neu generieren muss. Aktuell plant die Gruppe eine Fotoausstellung zu ihrer Studienfahrt nach Auschwitz, die in der Ulmer Gedenkstätte präsentiert werden wird. Mit ihrem Engagement sind die „dzokkis“ Teil einer bürgerschaftlich getragenen Geschichtskultur vor Ort, zu deren Gestaltung das DZOK Menschen jeden Alters einlädt.

Ein ehemaliges Mitglied schrieb im Rückblick: *„Das DZOK tritt nicht mit dem Versprechen auf, die Welt zu retten, aber es gibt hier immer viele sinnvolle und wichtige Dinge zu tun. Dinge, die mich auch selbst weiterbrachten: Das differenzierte Betrachten von Problemen, das Misstrauen gegen vermeintlich einfache Lösungen und der Umgang mit Menschen völlig anderen Hintergrunds gehören sicherlich dazu. Das möchte ich einfach nicht missen.“*

Annette Lein
Dokumentationszentrum Oberer Kuhberg – KZ-Gedenkstätte
Büchsenstraße 13
89073 Ulm
a.lein@dzok-ulm.de



Annette Lein ist als Gedenkstättenpädagogin an der KZ-Gedenkstätte Oberer Kuhberg Ulm tätig; aktuell im interkulturellen Projekt „Was geht mich eure Geschichte an?“ für Jugendliche aus Einwandererfamilien.

¹ Im Fort Oberer Kuhberg (Teil der Bundesfestung Ulm) befand sich von 1933 bis 1935 ein frühes Konzentrationslager des Landes Württemberg, in dem ca. 600 Häftlinge, vor allem politische Gegner des NS-Regimes aus der württembergischen Arbeiterbewegung inhaftiert waren. Sie sollten durch Terror in ihrer Persönlichkeit und ihren Überzeugungen gebrochen werden.

Vier Experten – vier Empfehlungen

Das Museum – eine jugendfreie Zone? Experten aus der Sozial- und Jugendforschung, der Entwicklungspsychologie, der Geschichtsdidaktik sowie mit der praktischen Erfahrung aus einem Jugendamt diskutierten diese Frage auf der Tagung „Freiräume schaffen. Jugendliche im Museum“ des LVMP NRW e.V. mit vielen Anregungen und kritischen Beiträgen aus dem Plenum. Zur Dokumentation der aus ihrer Perspektive zentralen Aspekte haben die Experten rückblickend eine Empfehlung formuliert.

Inhalte spielen eine wichtige Rolle

Thomas Gensicke

Wenn Jugendliche freiwillig etwas machen sollen, sei es, ins Museum gehen, sich im Verein engagieren oder sich weiterbilden, dann muss sie das Thema interessieren. In Bezug auf das Museum gibt es besondere Hemmschwellen. Es suggeriert Altes, Totes, Verstaubtes oder, weniger pauschal, Anspruch und Hochkultur. Eine erste Voraussetzung des Zugangs ist Wis-



sen, z.B. über die gewaltige Bandbreite der Museen, wo im Grunde für jeden etwas dabei ist (Kunst, Kultur, Technik, Verkehr, Geschichte, Naturkunde, Stadt und Region usw.). *Wissen* können zunächst die Familie, dann vor allem die Bildungseinrichtungen und natürlich die Museen selbst vermitteln. Hier kommt es darauf an, auf die Neigungen Jugendlicher einzugehen und die Sache interessant zu machen. Eltern und Schule vermitteln auch *Erfahrungen*, die fast noch wichtiger sind als das Wissen an sich, z.B. weil man gespürt hat, dass man sich im Museum wohlfühlen kann, es einem nicht mehr fremd vorkommt. Daran können die Museen direkt anknüpfen. Schwierig wird es nur, wenn aus Elternhaus und Schule kaum etwas Derartiges kommt. Die Hauptschule hat dabei eine besondere Verantwortung, vor allem bei bildungsfernen Kindern und Jugendlichen. Alle kinder- und jugendgemäßen „Lockmittel“ sollten allerdings auch *Mittel* bleiben und nicht zum Zweck werden. Schließlich haben die Museen einen öffentlichen Kultur- und Bildungsauftrag und nicht die Aufgabe, Freizeit-Center zu ersetzen. Ihre Mitarbeiter werden dafür intensiv ausgebildet und nicht dazu, Spaß-Animatere zu sein. Aber Kultur und Geschichte interessant und zeitgemäß zu präsentieren und zu vermitteln, sollte Teil des Leitbildes von Museen sein. Das gilt allerdings nicht nur für den Umgang mit dem jugendlichen Publikum, sondern für Besucher jeden Alters.

Dr. Thomas Gensicke

Associate Director Bereich „Familie, Bildung und Bürgergesellschaft“ bei TNS Infratest Sozialforschung GmbH. Forschungsgebiete: Einstellungs-, Werte- und Kulturforschung, öffentliche Beteiligung und freiwilliges Engagement, Jugendforschung.



Beziehungsarbeit und Freiräume

Sabine Al-Diban

Das Jugendalter beginnt im 11. und dauert oft über das 25. Lebensjahr hinaus. Es ist durch intensive kognitive, körperliche, emotionale und soziale Veränderungen geprägt. So ergeben sich Risiken, aber auch große Chancen. Museen können einen konstruktiven Beitrag zur Suche der Jugendlichen nach einer selbstbestimmten Lebensführung leisten. Die zunehmende Loslösung von zentralen Bezugspersonen (z.B. Eltern, Lehrern) führt häufig zu Konflikten. Die Chancen zu nutzen heißt, erstens zu fragen: Wie können wir Freiräume in Museen schaffen, die Jugendliche dabei unterstützen sowohl ideell (z.B. Themen, Aufgaben) als auch gegenständlich (z.B. Exponate, Führungen, öffentliche Auftritte) selbständig tätig

zu werden? Museen als Freiräume der kreativen Auseinandersetzung mit Kultur können zur Identitätsfindung Jugendlicher beitragen. Eine zweite Frage könnte lauten: Wie wecken wir Neugier, Interesse und Vertrauen bei Jugendlichen, leisten also Facetten von Beziehungsarbeit? Dafür sollten Projekte, die Jugendliche aktiv einbeziehen, längerfristig angelegt sein. Die persönliche Begegnung ist für Jugendliche ein weiterer Motivationsfaktor. Für die Startphase von Jugendprojekten ist zu empfehlen, dass die Museen zu den Jugendlichen gehen (z.B. Präsentationen an Schulen). Der Austausch unter Gleichaltrigen ist für Jugendliche enorm wichtig. In Jugendgruppen steigt aber auch die Risikobereitschaft.¹ Eine dritte Frage stellt sich: Wie können dynamische Gruppen von Jugendlichen im Museum betreut werden? Rückzugsorte, Auszeiten und kontinuierliche Betreuung haben hier Berechtigung.

Museen sollten Orte werden, wo sich Jugendliche wohlfühlen, weil sie sich loslösen, abgrenzen können und wo sie kritisch-konstruktive kulturelle Identifikationsangebote und persönliche Bezugspersonen finden.

Dr. phil. Sabine Al-Diban

Wiss. Mitarbeiterin, Professur Entwicklungspsychologie & Professur Schulpädagogik, Technische Universität Dresden; Forschungsschwerpunkte: Mentale Modelle als Wissensrepräsentationen, Psychosoziale Entwicklung von Jugendlichen, Effekte von Bildungsangeboten.



¹ Vgl. Ayan, Steve: Der Jugendversther. Laurence Steinberg im Portrait. In: Gehirn und Geist, Spektrum Akademischer Verlag, März 2010, S.14-24.

Auf Bedürfnisse eingehen

Christian Kohler

Lernen im Museum wird von einer ganzen Reihe von Faktoren beeinflusst. Motivationale Aspekte spielen hierbei eine wichtige Rolle, wie sowohl empirische Studien als auch die auf der Tagung „Freiräume schaffen. Jugendliche im Museum“ vorgestellten Best Practice-Beispiele zeigen. Im Sinne der Selbstbestimmungstheorie der Motivation sollten daher bei der musealen Arbeit mit Jugendlichen psychologische Grundbedürfnisse befriedigt werden. Hierzu gehört das Erleben von Autonomie und eigener Kompetenz sowie sozialer Eingebundenheit. Durch die Berücksichtigung dieser Bedürfnisse werden motivierende Vermittlungssituationen geschaffen, die dem Lernen förderlich sind, den Museumsbesuch zu einer positiven Erfahrung machen und dadurch

die Einstellung zu Museen nachhaltig verändern können. Entsprechend gestaltete Vermittlungssituationen berücksichtigen zudem, dass sich die Jugend als Lebensalter u.a. durch zunehmende Selbständigkeit, Identitätsfindung und Suche nach der Rolle in der Gesellschaft auszeichnet. Hier können Museen nicht nur durch motivierend gestaltete Vermittlungssituationen anknüpfen. Sie können über künstlerische oder historische Zugänge diese Aspekte in ihren Angeboten thematisieren und so beispielsweise Orientierungsmöglichkeiten bei der Suche nach Identität bieten. Die Berücksichtigung dieser methodischen und inhaltlichen Aspekte bei der musealen Arbeit mit Jugendlichen kann m.E. dazu beitragen, zielgruppengerechte und nachhaltig positiv wirkende Erfahrungen im Museum zu vermitteln.

Christian Kohler

Mitarbeiter am Institut für Didaktik der Geschichte an der Universität Münster; Forschungsschwerpunkte u.a. in den Bereichen Museumspädagogik sowie Präsentation und Rezeption von Geschichte im Museum.



der Zielgruppe selbst können Zugänge schaffen, die von Nachhaltigkeit geprägt sind. Das Zusammenwirken der Regeleinrichtungen, der Kulturinstitute und der Offenen Kinder- und Jugendarbeit kann sich gegenseitig befruchten. Dazu braucht es allerdings verbindliche Strukturen sowie gemeinsame Konzepte und Absprachen. Alleine kann Nachhaltigkeit nicht gelingen, sondern nur im Zusammenspiel aller interessierten Akteure vor Ort.

Sabine Lehmann-Klausch

Dipl. Sozialpädagogin; seit 1992 beim Jugendamt Düsseldorf; seit 2008 Koordinatorin in der Jugendförderung u.a. zuständig für den Bereich der kulturellen Jugendarbeit.



Wir arbeiten alle mit denselben Kindern und Jugendlichen

Sabine Lehmann-Klausch

Durch den demografischen Wandel und die veränderte Schullandschaft werden u.a. Kulturinstitute und außerschulische Bildungsanbieter vor die gleiche Frage gestellt: Wie erschließen sich neue Zielgruppen? Im Fokus steht bis heute primär die Regeleinrichtung Schule, über die Museen und Kultureinrichtungen Jugendliche erreichen und zum Teil einen ersten Kontakt herstellen. Bislang ließ sich hier aber keine nennenswerte Nachhaltigkeit feststellen. Bei allen Überlegungen der Kulturinstitute Jugendliche als neue Zielgruppe zu gewinnen, fehlt vielfach der erweiterte Blick auf die Offene Kinder- und Jugendarbeit. Hier ist ein nicht unbedeutender Teil der Kinder und Jugendlichen nach der Schule zu finden, wenn auch mit einem mittlerweile stark eingeschränkten Zeitfenster. Aber an den Wochenenden und in den Ferien bleibt noch Zeit. Durch das Bestreben des Landes Nordrhein-Westfalen, die kulturelle Bildung von Kindern und Jugendlichen, sowohl im schulischen als auch im außerschulischen Kontext zu fördern und NRW zu einem Jugendkurland zu machen, sind alle Akteure, die mit dieser Zielgruppe arbeiten aufgerufen, sich flächendeckend zu vernetzen und alle dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen zu nutzen. Innovative Ideen, aufsuchende kulturelle Angebote und die Beteiligung

Jugendprojekte – Jugend im Interview

TeenGroup im Haus der Geschichte, Bonn

Institution: Haus der Geschichte, Bonn

Leitung: Dr. Katrin Winter

Kontakt: winter@hdg.de

Alter der Jugendlichen: 15 bis 19 Jahre

Größe der Gruppe: um die 15 TeilnehmerInnen

Organisationsform: offene Gruppe

Häufigkeit der Treffen: alle zwei Wochen

Dauer des Angebots:

jedes Jahr ein neues Projekt

mit neuen und alten TeilnehmerInnen

Kosten für die TeilnehmerInnen: keine

Finanzierung über die Institution: ja

TeilnehmerInnenakquise:

über Kooperation mit Schulen/LehrerInnen,

Internetauftritt, Marketing

*Die TeenGroup in der Dauerausstellung
des Hauses der Geschichte, Bonn.*

*Foto: Stiftung Haus der Geschichte der
BRD, Johanna Schniederger*



Im Interview: Eleanor Thieser, 19 Jahre, seit September 2013 FSJ Kultur im Haus der Geschichte, Bonn und Lea O'Brien, 19 Jahre, Studentin

Was gefällt dir besonders gut?

Lea: Mir gefällt einfach die Idee, dass wir Jugendliche gemeinsam an einem Projekt arbeiten! Jeder von uns wirkt aktiv an diesem Projekt mit!

Eleanor: Und unsere Projekte werden dann tatsächlich auch der Öffentlichkeit präsentiert. So fühlt man sich in seiner Tätigkeit geschätzt und ernst genommen.

Warum gehst du hin?

Eleanor: Weil es durch die Kostenfreiheit und die zweiwöchigen Treffen gut mit meiner Freizeit zu vereinbaren war und ich Dinge ausprobieren konnte, die ich vorher noch nie gemacht hatte.

Lea: Ich bin einfach froh, Teil der TeenGroup gewesen zu sein, u.a. auch, weil man dort nette Leute in seinem Alter mit teils ähnlichen Interessen getroffen hat!

Wie bist du zu der Gruppe gestoßen?

Lea: Ich habe meinen Weg zum Haus der Geschichte in Bonn durch einen Ausflug in den Herbstferien letzten Jahres gefunden. Nachdem ich auf der Internetseite auf das TeenGroup-Logo aufmerksam geworden bin und mit der Museumspädagogik telefoniert habe, bin ich zu einem nächsten Treffen nach den Ferien eingeladen worden.

Eleanor: In meiner Schule wurde die TeenGroup als AG angeboten und mir von einer Lehrerin empfohlen.

Was macht deiner Meinung nach den Charakter des Angebots aus?

Lea: Es kann praktisch jeder mitmachen! Man braucht kein großes Geschichtswissen zu haben!

Eleanor: Man wird sehr herzlich willkommen geheißen und erhält einen spannenden Einblick hinter die Kulissen. Schnell fühlt man sich wie ein Teil des Hauses, nicht nur wie ein Gast.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Eleanor: Früher habe ich mich kaum für die Geschichte Deutschlands nach 1945 interessiert. Die Ausstellung im Haus der Geschichte hat es geschafft, die Zeit für mich lebendig werden zu lassen, mit Inhalt zu füllen. Nun mache ich hier mein FSJ und bin interessierter denn je!

Lea: Ich fand Museen seit meiner Kindheit schon interessant! Für mich sind sie eine Art „Spiegel der Gesellschaft“. Sie geben uns Impulse und regen zum Nachdenken an.

Das Angebot ist für mich...

Eleanor: ...prägend gewesen. Es hat mein Interesse an Museumsarbeit und Zeitgeschichte gestärkt und mir neue Perspektiven eröffnet.

Lea: ... bereichernd, vielfältig, hilfreich, spannend und natürlich mit einer Riesenportion Spaß verbunden gewesen!

Was glaubst du, könnten Museen besser machen bzw. an ihren Angeboten für Jugendliche positiv verändern?

Lea: Museen sollten eine stärkere Beziehung zu Kindern und Jugendlichen aufbauen und ihnen eine interaktive „Lernplattform“ schaffen, d.h. ihnen Lernen mit Spiel und Spaß vermitteln!

Eleanor: Museen sollten sich auf Jugendwelten einlassen und den ständigen Wandel zum Vorteil nutzen. Sie sollten neue Medien mehr als Bereicherung verstehen und damit neue Zugänge schaffen. Außerdem müssen die Angebote für Jugendliche erreichbar werden: Erst jetzt, wo ich regelmäßigen Zugang zu allen Flyern habe, ärgere ich mich, was ich alles in der Schulzeit hätte machen können, wenn ich davon etwas mitbekommen hätte.

Jugendklub im Museum Kunstpalaſt Düsseldorf

Institution: Stiftung Museum Kunſtpalaſt, Düsseldorf

Leitung: Markus Kottmann, freier Mitarbeiter

und bildender Künſtler,

Birgit Huebner, künſtlerisch-wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Kulturelle Bildung und Pädagogik

Kontakt: birgit.huebner@smkp.de

Alter der Jugendlichen: 13 bis 17 Jahre

GröÙe der Gruppe: 16 Personen

Organisationsform: Klub

Häufigkeit der Treffen: zwei Zeitstunden wöchentlich, auÙer in den Ferien

Dauer des Angebots: unbegrenzt

Kosten für die TeilnehmerInnen: 100 Euro pro Jahr.

Mit dem Jugendklubausweis kann man unentgeltlich in alle Ausstellungen des Museum Kunſtpalaſt gehen.

Beim Besuch von Kursen und Workshops gibt es eine generelle Ermäßigung von 50%.

Finanzierung über die Institution: ja

TeilnehmerInnenakquise: Programm des Museums

Im Interview: Anja Schlappa, 14, Schülerin und Natalya Kalthoff, 14, Schülerin

Was gefällt euch besonders gut?

Die Leute sind sehr nett, sowohl die anderen Jugendlichen als auch die Leiter bzw. Leiterin. Angeboten werden abwechslungsreiche Kunſtprojekte. Es gibt die Freiheit, viel selbst zu entscheiden, was wir wie machen möchten. Es ist nicht langweilig wie in der Schule, meist besteht eine lockere lebendige Atmosphäre, bei der man lachen kann. Besonders gut hat mir das Stuhlprojekt gefallen, weil wir da auch gesägt haben und mit flüssigem, heißem Wachs arbeiten konnten. Aber das Wichtigste



war, dass wir einer Kita helfen konnten, die aus dem Erlös der Stuhl-Auktion ihren Kita-Umbau mitfinanzieren konnte.

Warum geht ihr hin?

Um mit Freunden in der Gruppe künstlerisch tätig zu werden.

Aus Interesse. Weil ich in eine andere Rolle schlüpfen kann und so „Künstler“ sein darf. Ich gehe gerne zum Jugendklub und möchte beruflich was in der Richtung studieren.

Wie seid ihr zur Gruppe gestoßen?

Durch Programme, die uns unsere Eltern gezeigt haben. Auch durch Bekannte und andere Kurse.

Was macht eurer Meinung nach den Charakter des Angebots aus?

Ein einzigartiges Chaos, in dem jeder motiviert ist.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für euch?

Man fühlt sich wohl. Es ist gemütlich und vertraut. Für mich war es überraschend, dass es ein so großes Atelier in einem Kunstmuseum gibt. In der Zeit des Jugendklubangebots ist es nur für uns und keiner kommt rein. Wir haben genug Platz und Material, um uns künstlerisch zu betätigen.

Das Angebot ist für uns:

Abwechslungsreich, cool, toll, lustig. Ich will nicht aufhören. Eine Sache, die unser Wochenende schöner macht. Besonders gut hatte mir die Wandgestaltung in der Garage gefallen, so dass ich gern an anderen Häuserwänden oder einer Schule oder eine Brücke malen würde. Außerdem gefallen uns die vielen Ausflüge zu

anderen Kunstinstitutionen und dass die Werke lebendig erklärt werden.

Was könnten die Museen besser machen bzw. an ihren Angeboten für Jugendliche positiv verändern?

Ich wünsche mir ein Angebot mit neuen Medien wie Fotografie oder Film. Außerdem würde ich auch gerne „perspektivisches“ Zeichnen lernen und auch „transparentes“ Malen und auch „verschwommenes“ Malen. Konkrete Techniken würde ich gerne erlernen.

Das Museum ist sehr attraktiv für mich und man braucht nichts zu ändern.

„Spurensuche 1914 im Museum“ Internationales Jugendprojekt im LVR- Industriemuseum Oberhausen

Institutionen: Gymnasium im Gustav-Heinemann-Schulzentrum Dinslaken, LVR-Industriemuseum Oberhausen

Leitung: Carolin Thielking, LVR-Industriemuseum

Kontakt: carolin.thielking@lvr.de

Alter der Jugendlichen: 16 bis 18 Jahre

Größe der Gruppe: ca. 16 SchülerInnen

Organisationsform: Projektkurs

Häufigkeit der Treffen: unregelmäßig und nach Bedarf, Kommunikation über eine gemeinsame Online-Plattform

Dauer des Angebots: 2 Schuljahre

Kosten für die Teilnehmer: keine

Finanzierung: über Projektmittel, die das LVR-Industriemuseum über die Regionale Kulturförderung eingeworben hat
Teilnehmerakquise: über die betreuenden LehrerInnen an der Schule.
Die Teilnahme am Projekt ist freiwillig.
Das Projekt wird im Rahmen der langjährigen Bildungspartnerschaft zwischen Schule und Museum durchgeführt.

Im Interview: Oskar Behr, Schüler, 18 Jahre und Christina Empacher, Schülerin, 17 Jahre.

Was gefällt dir besonders gut?

Oskar: Dass Jugendliche aus verschiedenen europäischen Ländern an dem Projekt mitwirken und wir dadurch schon Freundschaften schließen konnten. Wir haben die Möglichkeit, unsere eigenen Ideen und Vorstellungen in die Arbeit einzubringen und es werden kaum Vorgaben gemacht.

Christina: Besonders gut gefällt mir das freie Arbeiten, bei dem wir von Lehrern und Museumsmitarbeitern immer sehr tatkräftig unterstützt werden.

Warum gehst du hin?

Oskar: Ich habe mich schon immer für geschichtliche Fragestellungen interessiert. Als mein Geschichtslehrer uns von dem Projekt erzählte, war mir sofort klar, dass ich mich daran gerne beteiligen möchte. Wann hat man in der Schule sonst schon die Möglichkeit, eine Ausstellung mit Unterstützung von mehreren Museen zu erstellen!

Wie bist du zur Gruppe gestoßen?

Christina: Das Projekt wird an unserer Schule gleichzeitig als AG aber auch als Projektkurs angeboten. Letztes Jahr habe ich bereits in Form der AG teilgenommen, für dieses Schuljahr habe ich den Kurs gewählt.

Was macht deiner Meinung nach den Charakter des Angebots aus?

Oskar: Es ist etwas Besonderes, mit Mitwirkenden aus anderen Ländern an dem Projekt zu arbeiten. Hierdurch entstand in unserer virtuellen Ausstellung ein breites Bild über die Ereignisse des ersten Weltkrieges. Spannend ist, dass sich die unterschiedlichen Sichtweisen in einer Ausstellung wiederfinden. Auch waren die Arbeitstreffen und Projektmeetings eine wertvolle Erfahrung und haben viel Spaß gemacht.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Oskar: Der Besuch eines Museums stellt für mich die Möglichkeit dar, in alte Zeiten einzutauchen, Länder, Kulturen und Bräuche der Welt kennenzulernen und interessante Dinge zu erfahren.

Christina: Im Rahmen des Projektes bekommen wir ganz neue Eindrücke vom Museum, wie zum Beispiel das Depot. Außerdem sind die Informationen, die wir bekommen, immer genau auf unser Thema abgestimmt.

Das Projekt ist für mich...

Oskar: Eine neue Herausforderung gewesen. Ich konnte sowohl bei der wissenschaftlichen Arbeit als auch im Kontakt mit den anderen Schülern viel lernen, so dass es eine bleibende Erinnerung an meine Schulzeit ist.



▼ Die Band der Droste-Hülshoff Realschule Dortmund bei der Pottsymphonie mit ihrem Stück „Fern der Heimat“ im LWL-Industriemuseum Zeche Hannover in Bochum, 2013. Foto: Jürgen Appelhans, LWL-Industriemuseum

Was könnten die Museen besser machen bzw. an ihren Angeboten für Jugendliche positiv verändern?

Oskar: Ein Projekt wie „Traces 1914“ bietet super Möglichkeiten, das Interesse von Jugendlichen an Museen zu wecken – es macht großen Spaß mit anderen Schülern zusammenzuarbeiten und die Ergebnisse in Form einer Ausstellung zu präsentieren.

Weitere Partner im Rahmen des internationalen Projektparts:

Ecomusée Creusot-Montceau, Creusot-Montceau (F)
Lycée Léon Blum, Le Creusot (F)

Muzeum Slaskie, Katowice (P)
Liceum Ogólnokształcące nr 3, Gliwice (P)

Autonome Hochschule in der Deutschsprachigen Gemeinschaft, Eupen (B) Bischöfliche Schule St. Vith, St. Vith (B)

LVR-Industriemuseum, Solingen (D) Humboldt-gymnasium Solingen (D)

Ruhr Museum Essen (D)

LVR-InfoKom, Köln (D)

LVR-Zentrum für Medien und Bildung, Düsseldorf (D)

Historisches Seminar der Universität Siegen,
Prof. Dr. Bärbel Kuhn (D)

Pott-Symphonie – Jugendliche komponieren im LWL-Industriemuseum die Vielfalt des Ruhrgebiets

Institutionen: LWL-Industriemuseum und seine Bildungspartnerschulen

Leitung: Anja Hoffmann

Kontakt: anja.hoffmann@lwl.org

Alter der Jugendlichen: 12 bis 18 Jahre

Größe der Gruppe:

ca. 100 bis 130 TeilnehmerInnen jährlich

Organisationsform: Schulklassen, Schulbands und Musik-AGs

Häufigkeit der Treffen: wöchentlich



Dauer des Angebots: jedes Jahr ein neues Projekt mit neuen und alten TeilnehmerInnen zwischen den Oster- und Sommerferien
Kosten für die TeilnehmerInnen: Fahrtkosten zum Museum
Finanzierung: über die Institution sowie auch lokale Sponsoren, die Patenschaften für die Schulen im Projekt übernehmen
TeilnehmerInnenakquise: Bildungspartner-Schulen sowie Aufrufe in der Presse

Im Interview: Hannah Stüven, 15 Jahre, Schülerin der Droste-Hülshoff-Realschule in Dortmund

Was gefällt dir besonders gut?

Mir hat besonders gut gefallen, dass wir nicht gegeneinander, sondern miteinander gearbeitet haben und jeder hat jedem geholfen.

Warum gehst du hin?

Weil wir jedes Mal viel Spaß haben und alle sich akzeptieren.

Wie bist du zu der Gruppe gestoßen?

Ich habe mich mit einer Freundin abgesprochen und dann sind wir gemeinsam hingegangen.

Was macht deiner Meinung nach den Charakter eures Projekts aus?

Uns war wichtig, Gefühle auszudrücken, wie sich einer der Arbeiter gefühlt hat, als er aus seinem Land alleine nach Deutschland gekommen ist, also die Einsamkeit war uns wichtig. Deswegen haben wir drei Strophen in drei verschiedenen Sprachen gesungen (Deutsch, Englisch und Russisch), weil die kamen ja aus unterschiedlichen Ländern. Jeder von uns hat eine andere Kultur und jeder von uns hat etwas aus seiner Kultur mit hereingebracht. Wir hatten z.B. einen türkischen Beat.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Wir haben uns für den Malakowturm entschieden, weil dort sehr viel Hall war und so konnten wir die Gefühle, also diese Leere, besser rüberbringen.

Das Projekt/Angebot ist für mich...

...eine Abwechslung vom Alltag in der Schule.

Bereits in den vergangenen drei Jahren begeisterten die „Ruhrgebietsklänge“ SchülerInnen, LehrerInnen und eine breite Öffentlichkeit mit ihrer musikalischen Interpretation des Ruhrgebiets im LWL-Industriemuseum. 2013 widmete sich das Musikprojekt „Pott-Symphonie“ den Themen Heimat, kulturelle Vielfalt und Migration. Inspiration und Spielort bot die Zeche Hannover in Bochum-Hordel. Der Standort des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe konzentriert sich als Museum für Industrialisierung und Zuwanderung auf die Industrie-, Kultur-, und Sozialgeschichte des Ruhrgebiets. Das Industriedenkmal ist ein beeindruckendes Zeug-

nis des strukturellen Wandels der vergangenen Industriezeit. Es steht stellvertretend für die tiefgreifenden Veränderungen der Lebens- und Arbeitsverhältnisse der Menschen im Revier und bietet dem Musikprojekt so vielfältige Anknüpfungspunkte. Die Schulband der Droste-Hülshoff-Realschule unter der Leitung von Wolfram Hubert, Lehrer, komponierte in Zusammenarbeit mit dem Komponisten Roman Pfeifer ihren Song „Fern der Heimat“ und präsentierte ihn im Malakowturm der Zeche Hannover.

crumpled paper. Klub im Kunstmuseum – Stiftung Kunstmuseum Stuttgart

Institution: Stiftung Kunstmuseum Stuttgart gGmbH
Leitung: Lili Weyrich und Gabriel Hensche
Kontakt: www.kunstmuseum-stuttgart.de oder 0711-216 1981

Alter der Jugendlichen: 16 bis 21 Jahre

Größe: ca. 10 Personen

Organisationsform: offene Gruppe

Dauer und Häufigkeit der Treffen: wöchentlich, freitags, 16 – 18 Uhr, plus zusätzlich stattfindende Workshops in Projektphasen

Kosten für TeilnehmerInnen: 24 Euro Jahresbeitrag plus freier Eintritt in alle Ausstellungen sowie zu öffentlichen Führungen

Finanzierung über die Institution: ja

TeilnehmerInnenakquise: Quartalsprogramm, Werbepostkarte „Thank God it’s Friday“

Im Interview: Lili Weyrich, 21 Jahre, seit fünf Jahren aktives Mitglied, seit 2014 Leitung von „crumpled paper“

Was gefällt dir besonders gut?

Das Arbeiten in einem Team und die dabei entstehenden Prozesse bei einer Projektentwicklung. Je mehr Mitglieder, desto mehr verschiedene Ansätze – das ist spannend!

Warum gehst du hin?

Zu meiner Schulzeit war das ein guter Ausgleich, eine Abwechslung zum Kunstunterricht und gleichzeitig eine optimale Vorbereitung für meine Bewerbung für mein Kunststudium. Heute ist es eine zusätzliche Auseinandersetzung mit Kunst und Kunstinstitutionen zu meinem Studium an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart.

Wie bist du zur Gruppe gestoßen?

Durch einen Zeitungsartikel (der mir sofort Lust machte, den Kunstklub kennenzulernen).

Was macht deiner Meinung nach den Charakter des Angebots aus?



Was verbindet uns mit Otto Dix? Was interessiert uns an ihm und seinem Werk? Ist es der Aspekt zu portraituren und das Aufzeigen von Randgesellschaften? Mit diesen Fragen begannen wir beispielsweise unser Projekt zur Sonderausstellung *Das Auge der Welt. Otto Dix und die Neue Sachlichkeit* (10.11.2012 – 7.4. 2013). In Zusammenarbeit mit dem Künstler Ulf Aminde und einer Prostituierten entstand die Konzeptarbeit *Tiffany*: Wir baten eine gleichnamige Prostituierte, uns zu portraituren. Sie positionierte beziehungsweise „modellerte“ uns so, wie ihrer Vorstellung nach das „perfekte Portrait“ auszusehen hat. Dies wurde mit einer Videokamera auf einem Stativ aufgezeichnet.

Die Chance KünstlerInnen und das Kunstmuseum als Institution kennenzulernen. Und die vorbereitende theoretische Auseinandersetzung mit einem Künstler für daran anlehrende Arbeiten.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Durch ein Museum zu laufen und zu wissen, wie und wo die Arbeiten angeliefert werden, sie deponiert werden, wie sie aufgehängt werden,... mittlerweile habe ich viele nicht öffentlich zugängliche Orte des Museums sehen können und Menschen kennengelernt, die im Kunstmuseum arbeiten.

Das Projekt/das Angebot ist für mich...

...eine spannende Erfahrung als Team künstlerisch zu arbeiten. Es ist jedes Mal aufs Neue spannend zu sehen, wie sich die Projekte entwickeln, trotz verschiedener Kunst- und Ideenansätze. Bei diesen Prozessen und der Konfrontation mit so unterschiedlichen Künstlern und Werken lernt man über Kunst zu sprechen und im Team zu arbeiten.

Je nach Projekt laden wir Künstler, Grafiker, Architekten, Fotografen oder Hausmitarbeiter ein, mit denen wir gemeinsam Projekte zu den aktuellen Sonderausstellungen des Kunstmuseums realisieren, wie z.B.: die Entwicklung eines Audioguides zu *Michel Majerus. If we are dead, so it is* (16.3. – 20.5.2012), die Konzipierung eines Geocachingspiels zu *Rasterfahung. Das Raster in der Kunst nach 1945* (5.5. – 7.10.2012), die Neugestaltung der Ausstellungsvitrine des Kunstmuseums am Kulturplatz des Stuttgarter Hauptbahnhofs und eine Performance im öffentlichen Raum mit der Künstlerin Justyna Koeke.

Junge Freunde der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe (JFdK)

Institution: Staatliche Kunsthalle Karlsruhe

Leitung: Ami Ewald

Kontakt: jungefreunde@kunsthalle-karlsruhe.de

Alter der Jugendlichen:

16 bis 28 Jahre

Größe der Gruppe: 55 Personen

Organisationsform: Verein

Häufigkeit der Treffen: einmal monatlich

Dauer des Angebots: unbegrenzt

Kosten für die TeilnehmerInnen:

Mitgliedsbeitrag 15 Euro pro Jahr

Finanzierung über die Institution:

ja, über die Freunde der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe

TeilnehmerInnenakquise: unterschiedlich von aktiv bis nicht aktiv

Im Interview: Carla Wagner, 17 Jahre, Schülerin; Chiara Pullem, 18 Jahre, FSJ Kultur; Sofie Jokerst, 19 Jahre, Studentin

Was gefällt dir besonders gut?

Chiara: Dass man auch hinter die Kulissen eines Museums schauen und erfahren kann, wie alles funktioniert.

Sofie: Dass die Jungen Freunde in Karlsruhe von einer FSJlerin geleitet werden, die das Programm altersentsprechend und sehr interessant gestaltet. Man traut sich eher im Gespräch mit Gleichaltrigen, eigene Ideen und Vorschläge einzubringen.

Warum gehst du hin?

Carla: Zum einen natürlich wegen der konkreten Angebote. In der Gruppe und mit einer entsprechenden Führung nimmt man viel mehr von einer Ausstellung mit als alleine. Zum anderen treffe ich hier Jugendliche und Erwachsene, die im Kulturbetrieb tätig sind. Als jemand, der frisch von der Schule ins Studien- und Berufsleben kommt, bietet mir das die Gelegenheit, in diesen Bereich reinzuschmecken.

Chiara: Weil die Angebote Spaß machen.

Sofie: Ich finde, dass einem hier Kunst auf besondere Art nähergebracht wird. So ist eine Ausstellungsbesichtigung schon dann viel spannender, wenn man abends eine persönliche Führung durch das für andere Besucher schon geschlossene Museum bekommt.

Wie bist du zur Gruppe gestoßen?

Carla: Mein Literaturlehrer hatte uns einen Poetryslam empfohlen, der von den JFdk mitorganisiert wurde. Ami hat mich dort angesprochen und ich bin gleich zum nächsten Treffen gekommen.

Chiara: Über Ami, ich mache mit ihr zusammen mein FSJ Kultur.

Sofie: Eine sehr gute Freundin hat mir sehr begeistert von dieser Gruppe junger Kunstinteressierter erzählt.

Was macht deiner Meinung nach den Charakter des Angebots aus?

Carla: Bisher habe ich die Treffen als sehr persönlich erlebt. Jeder kann etwas zu den Werken sagen und Fragen stellen, die man sich in einer regulären Führung eher verkneifen würde.

Chiara: Dass man mit Gleichaltrigen ins Museum geht und sich mit Kunst und Kultur auseinandersetzt und nicht nur mit z.B. seinen Großeltern.

Sofie: Das Angebot ermöglicht Jugendlichen und jungen Erwachsenen einen neuen Zugang zur Kunst. So geht man nicht Samstagvormittags alleine durch eine Ausstellung, sondern man trifft sich in einer sehr netten, sympathischen Gruppe und hat so die Möglichkeit sich gleichzeitig über Gesehenes oder Gehörtes auszutauschen. Man muss nicht im Freundeskreis ewig auf die Suche nach jemandem gehen, der sich auch für Kunst interessiert, sondern trifft automatisch auf Gleichgesinnte. Außerdem ist es eine schöne Möglichkeit, Neues kennenzulernen. So bin ich vor einem Treffen erst recht



gespannt, wenn es um ein Thema geht, von dem ich vorher noch nie gehört habe.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Carla: Von einer großen Ausstellung fühlt man sich schon mal erschlagen. Spannend finde ich aber, dass ich fast jedes Mal ein oder zwei Werke finde, die mir wirklich gut gefallen und die mir Anregung für eigene Zeichnungen geben. Im Gegensatz zur Bildersuche im Internet kann ich mich im Museum in Ruhe vor ein Kunstwerk setzen und es in voller Größe auf mich wirken lassen.

Sofie: Dass plötzlich alle Menschen, die sonst durch die Straßen rennen, andächtig von Gemälde zu Gemälde oder von Fotografie zu Skulptur gehen.

Das Angebot ist für mich...

Chiara: ...spannend, abwechslungsreich und eine schöne Freizeitbeschäftigung.

Sofie: ...eine Möglichkeit andere junge Menschen zu treffen, die mein Interesse teilen und gemeinsam schöne lustige Abende zu verbringen und auch immer etwas dazulernen.

Was könnten die Museen besser machen bzw. an ihren Angeboten für Jugendliche positiv verändern?

Carla: Eine schwierige Frage. Wahrscheinlich verbinden viele den Begriff Museum mit unfreiwilligen Schulausflügen. Ich denke daher, dass das Prinzip Jugendliche für Jugendliche, also eine Miteinbindung von Schülern und Studenten in die Gestaltung von Angeboten besseren Anklang findet. Im Prinzip also genau so etwas wie die Jungen Freunde. Ansonsten vermute ich, dass Jugendliche gerade an aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen interessiert sind und sich daher eher mit moderner Kunst, die auf mehr als nur auf Ästhetik ausgelegt ist, identifizieren können.

Chiara: Ja, man sollte vielleicht mehr kommunizieren, dass es keine Pflicht ist, ins Museum zu gehen, sondern mehr eine Freizeitaktivität, die durchaus „cool“ ist und Spaß macht.

Sofie: Vielleicht sollte es extra „Führungen für Schüler und Studenten“ geben, die dann etwas preiswerter und in der Art der Vortragsweise und dem Inhalt an das Alter der Klientel angepasst sind.

TECHNOakademie – im TECHNOSEUM, Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim

Institution: TECHNOSEUM, Landesmuseum für Technik und Arbeit
in Mannheim

Leitung: Dr. Anke Neuhaus

Kontakt: paedagogik@technoseum.de

Alter der Jugendlichen: ab 15 Jahre

Größe der Gruppe: ca. 10 bis 15 SchülerInnen

Organisationsform: offene Gruppe

Häufigkeit der Treffen: jeden Freitag, 17 – 18.30 Uhr

Dauer des Angebots: unbegrenzt

Kosten für die TeilnehmerInnen: 24 Euro pro Jahr

Finanzierung: TECHNOSEUM und SAP AG im Rahmen des regionalen Engagements

TeilnehmerInnenakquise: Internet, Flyer

Im Interview: Felix Kübler, Schüler, 17 Jahre

Was gefällt dir besonders gut?

Mir gefällt die lockere, aber trotzdem zielorientierte Arbeit. Zusammen haben wir schon viel erreicht. Jedes Jahr sind wir mit unseren Aufgaben gewachsen. Der anfängliche „Forschartreff“ hat sich mit uns und unseren Interessen mitentwickelt.

Warum gehst du hin?

Für mich ist es zur Gewohnheit geworden, mein Start ins Wochenende. Viele von uns sind schon lange da, über die Zeit sind wir gute Freunde geworden. Jeder hat seine Stärken und Schwächen, aber im Team schaffen wir es auch große Aufgaben zu bewältigen.

Wie bist du zur Gruppe gestoßen?

2007 hat mich ein Freund mitgenommen, der dann keine Zeit mehr hatte. Ich bin geblieben, die Treffen gewannen für mich immer mehr an Stellenwert. Mittlerweile lasse ich nur ungerne ein Treffen ausfallen.

Was macht deiner Meinung nach den Charakter des Angebots aus?

Wir können selbst entscheiden, welche Projekte wir machen wollen und auch in der Ausführung sind wir sehr frei. Dabei können wir aber immer auf Unterstützung von den Betreuern bauen.

Was macht das Museum zu einem besonderen Ort für dich?

Das Museum steht nie still, es verändert sich ständig, bleibt aktuell. Auch nach so langer Zeit finde ich noch unbekannte Orte im Haus.

Das Angebot ist für mich...

...in der Region einzigartig und etwas ganz besonderes.

Die TECHNOakademie ist einer von fünf Clubs des TECHNOSEUM. Im VDIni-Club experimentieren schon die Kleinsten (4 – 7 Jahre). Kinder im Alter von 7 – 10 Jahren beschäftigen sich im TECHNOclub eher spielerisch mit naturwissenschaftlich-technischen Themen. Der Fokus liegt auf der Analyse von Naturphänomenen oder der Untersuchung technischer Konstruktionen. Auch die Einführung in den Umgang mit Werkzeugen bleibt nicht außen vor. Mädchen und Jungen zwischen 10 – 14 Jahren treffen sich im TECHNOlab und lassen hier ihre Ideen und Fertigkeiten in die Planung ihrer Projekte einfließen. Es werden verschiedene Projekte



parallel bearbeitet, mit diesen wird regelmäßig an Wettbewerben teilgenommen. Das TECHNOlab4girls beachtet dabei besonders die Interessen von Mädchen, um deren Begeisterung für Naturwissenschaft und Technik weiter zu stärken. In der TECHNOakademie geht es um die eigenständige Gestaltung von Maschinenmodellen, von der Idee über die Umsetzung bis zum selbst gebauten Objekt. Jugendliche ab 15 Jahren eignen sich wissenschaftliche Vorgehensweisen an, tüfteln eigenständig und lernen Experimente im Nachgang (kritisch) zu bewerten.

Stöberseite

Informatives rund um das Thema Jugend:

14. Kinder- und Jugendbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) mit Stellungnahme der Bundesregierung – www.dji.de/14_kjb [22.01.2014], als Download verfügbar. Alternativ kostenlos bestellbar beim BMFSFJ – <http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste,did=196138.html> [22.01.2014]

Das Wohlbefinden Jugendlicher in Schule und außerschulischen Lern- und Bildungsorten. Empfehlungen der Expertinnen- und Expertengruppe des Zentrums Eigenständige Jugendpolitik – <http://www.allianz-fuer-jugend.de/Aktuelles/Bildung--Beteiligung--uebergaenge--Empfehlungen-der-Expertengruppen-liegen-vor/42d94/> [22.01.2014]

Fachkräfteportal der Kinder- und Jugendhilfe. Informations-, Kooperations- und Kommunikationsplattform für Fachkräfte der Kinder- und Jugendhilfe, getragen von der Arbeitsgemeinschaft für Kinder- und Jugendhilfe - AGJ und von IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V. – www.jugendhilfeportal.de und <http://www.jugendhilfeportal.de/forschung/jugendforschung/> [beide 22.01.2014]

Arbeitsgemeinschaft für Kinder- und Jugendhilfe (AGJ). Das Arbeitsfeld „Jugend, Jugendbeteiligung, Jugendpolitik“ der AGJ befasst sich grundlegend mit Themen, die die Lebenslagen junger Heranwachsender betreffen. Aktuelle jugendpolitische Entwicklungen stehen dabei im Mittelpunkt der Fachdebatten. Themenfokus 2013:

Formen der Anerkennung non-formalen Lernens, Junge Menschen am Übergang von Schule zu Beruf. <http://www.agj.de/Jugend-Jugendbeteiligung-Jugendpolitik.81.o.html> [22.01.2014]

Studien:

Deutsches Jugendinstitut. DJI-Jugendsurvey (Instrument zur Dauerbeobachtung der Lebensverhältnisse sowie gesellschaftlicher und politischer Orientierungen Jugendlicher) – www.dji.de/jugendsurvey [15.12.2013] und DJI-Survey „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten“ (AID:A) (erforscht die Lebenssituation von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen im Rahmen alltäglicher Entwicklungs- und Handlungskontexte, insbesondere der Familie) – www.dji.de/aida [15.12.2013]

16. Shell Jugendstudie 2010. Bereits seit 1953 beauftragt Shell in Deutschland unabhängige Institute mit der Erstellung von Studien zur Lebenssituation und Einstellung Jugendlicher in Deutschland – <http://www.shell.de/aboutshell/our-commitment/shell-youth-study/downloads.html> [22.01.2014]

Wie ticken Jugendliche 2012? Sinus-Milieustudie U27. Informationen zur Studie, Ergebnispräsentation und Informationen zum Buch – <http://www.sinus-akademie.de/service/downloads/jugend.html> [22.01.2014]

Junge Deutsche verbringen ihre Freizeit zunehmend bildungsorientiert. Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin), Oktober 2013 – <http://www.jugendhilfeportal.de/forschung/jugendforschung/artikel/eintrag/freizeitforschung-jugendliche-verbringen-ihre-freizeit-zunehmend-bildungsorientiert/> [22.01.2014]

Institutionen, Vereine, Firmen:

Bundesverband deutscher Kinder- und Jugendmuseen – www.bv-kindermuseum.de/ [22.01.2014]

Jugend im Museum e.V. Der gemeinnützige Verein bietet ein vielfältiges Programm an Museumsbesuchen und Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche in Berlin – www.jugend-im-museum.de [22.01.2014]

Jugendmuseum Schöneberg (Berlin) mit Projekten wie JugendBerufslotsen – www.jugendmuseum.de [22.01.2014]

International:

Museum Teen Summit. A collective of youth leaders representing different museums in New York City dedicated to improving and promoting the role of youth in museums – www.museumteensummit.org [22.01.2014], auch auf Facebook

Letting Go and Opening Up: Teen Voices in Art Museums – <http://artmuseumteaching.com/2014/01/09/teen-voices/> [22.01.2014]

Publikationen:

Lost Generation? Jugend im Museum

Tagungsband zum gleichnamigen Seminar 2009 in Salzburg (Hg. ICOM-Österreich). Wien 2011, 56 S., illustriert, ISBN 978-3-200-02331-4. Kosten: € 5,- (zzgl. Versandgebühren)

Bestellung bei ICOM-Österreich: icom@icom-oesterreich.at

Das 2. Jugend-KulturBarometer. „Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab...“, S. Keuchel/D. Larue (Hg. Zentrum für Kulturforschung). AR.Cult Media Verlag, Bonn, 2012, 212 S. ISBN:-10: 3930395886, -13: 978-3930395880

Ein Jahr MuseobilBOX

Lokale Bündnisse und ihre Maßnahmen – Ziele, Umsetzungen und Entwicklungen

Heike Herber-Fries

Die lokalen Bündnisse für Bildung und ihre Maßnahmen

Mädchen aus Neumünster schneiden und führen ihre eigene Mode vor, Lüneburger Kinder bauen mit Hilfe der Musik Brücken zwischen Herkunftsländern ihrer Familien und neuer Heimat, Schüler und Schülerinnen aus Goslar erkunden mit ehemaligen Bergleuten über und unter Tage die Geschichte der Weltkulturerbestätte Rammelsberg. Als eine der ersten von mehreren hundert fanden diese Aktionen im Rahmen der MuseobilBOX bundesweit statt. Was alle verband, waren die mobilen Museumsboxen zur Präsentation der Ergebnisse. Unter der gemeinsamen Dachmarke MuseobilBOX – Museum zum Selbermachen¹ initiiert und begleitet der Bundesverband Museumspädagogik nun seit einem Jahr lokale Kooperationen von Partnern aus den Bereichen Museum/Kultur, Bildung und zivilgesellschaftlichem Engagement. Ermöglicht wird die Förderung der lokalen Bildungsbündnisse durch das Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Dieses stellt bis Ende des Jahres 2017 230 Millionen Euro für diejenigen Kinder und Jugendlichen bereit, die von kulturellen Bildungsangeboten im außerschulischen Bereich bislang wenig profitieren konnten. Über 90 lokale Bündnisse beantragten im Jahr 2013 beim Bundesverband Museumspädagogik 272 Einzelprojekte. Damit werden dieses Jahr etwa 3000 Kinder und Jugendliche ihre MuseobilBOXEN gestalten. Weitere Ausschreibungsphasen sind jährlich bis Ende der Projektlaufzeit vorgesehen, so dass die Anzahl der Kinder und Jugendlichen, die erreicht werden, kontinuierlich steigen dürfte.

Bündnisse für Bildung – ein neues Kooperationsmodell für Museen

Eine der zentralen Herausforderungen des zurzeit größten außerschulischen Bildungsprogramms für Kinder und Jugendliche liegt in der Weiterentwicklung des Kooperationsgedankens, den „Kultur macht stark“ bietet. Bilaterale Bildungspartnerschaften von Museen, Schulen und Kitas gehören mehrheitlich seit Jahren zum praxiserprobten Alltag von Museumspädagogen und -pädagoginnen. Bundesweite Förderprogramme wie *schule@museum* (BVMP 2004-2011) oder *Museen und Kindergärten* (BVMP 2010), aber auch Wettbewerbe und Initiativen der Bildungs- und Kulturpolitik auf Länderebene haben hier bereits sehr gute Handreichungen entwickelt und Best Practice zur Verfügung gestellt. Nicht zuletzt stellt das 2014 startende „MuseumsCurriculum“ des Bundesverbandes Museumspädagogik als Kooperations-, Qualifizierungs- und Zertifizierungsprojekt für Museen und Grundschulen einen Quantensprung im Aufbau systemischer Partnerschaften vor.

Die Erweiterung bewährter Kooperationen um einen dritten Partner aus dem zivilgesellschaftlichen bzw. sozialräumlichen Bereich ist nun eine neu zu denkende Versuchsanordnung. Sie beruht auf der Idee einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung von Bildung. Entsprechend des afrikanischen Sprichworts „Es braucht ein ganzes Dorf, um ein Kind groß zu ziehen“ sollen nicht nur Eltern und Schulen Verantwortung für die Kinder und

Jugendlichen übernehmen. Im Rahmen des Förderprogramms „Kultur macht stark“ leisten Akteure der kulturellen Bildung mit ihren jeweiligen museumspädagogischen/kulturpädagogischen/künstlerischen/wissenschaftlichen/sozialpädagogischen Kompetenzen und Perspektiven unter Einbeziehung von Ehrenamt ihren außerschulischen Beitrag für mehr Teilhabe und bessere Bildungschancen der jungen Generation. Die ehrenamtlich Aktiven innerhalb des Bündnisnetzwerks können ganz allgemein Menschen ohne Kinder oder Ältere sein, die schon Kinder erzogen haben und sich engagieren wollen. Durch ihr Engagement und ihre Lebenserfahrung bieten sie Zugänge zu kulturellen Erzählungen, Techniken und Traditionen, zu Gemeinschaft und Bildungshorizonten der Gesellschaft, die für die jungen Menschen sonst unerreichbar bleiben.

Damit diese sozialräumliche Vernetzung zu tragfähigen Bündnissen gelingen kann, unternimmt es der BVMP, über seine regionalen Strukturen eine Unterstützung durch Beratung und Vernetzung bis in die lokale Ebene aufzubieten. Die Sicherung der Nachhaltigkeit von Bündnisstrukturen erfolgt zu Beginn über die Prüfung des Antragskonzepts und die bündnisseitige Schließung einer Kooperationsvereinbarung, die bestimmte Regeln der Zusammenarbeit definieren hilft. Während der Förderung bilden personale Beratungs- und Qualifizierungsangebote für Ehrenamtliche, begleitende Evaluationen und Publikationen² sowie Tagungen für den Fachaustausch wichtige Instrumente der Qualitätssicherung.

Die Zielgruppe im Fokus

Mit dem Fokus auf die gelungene Ansprache der benachteiligten Kinder und Jugendlichen und die neuen Kooperationsmodelle im Rahmen der lokalen Bündnisse erproben die lokalen Akteure bereits verschiedene Ansprachen und Zugänge zur Zielgruppe. Überwiegend erfolgt die persönliche Erstansprache über die Bündnispartner in deren Einrichtungen. In vertrauter Umgebung und durch bekannte Bezugspersonen erfahren die Kinder und Jugendlichen zunächst vom jeweiligen Angebot und werden zum Mitmachen motiviert. Bei der Vorstellung der Projekte spielen die mobilen Museumsboxen eine nicht unerhebliche Quelle der Motivation. Darüber hinaus nimmt die Aussicht auf das Kennenlernen von „echten“ Museumsdirektoren, Kuratoren, Restauratoren, Künstlern, Autoren und anderen Experten eine wichtige Rolle ein. Wichtig für den erfolgreichen Zugang ist, dass sich ein lokales Bündnis möglichst nah am und im Lebensumfeld der angesprochenen Kinder und Jugendlichen verortet. Die Gewährleistung dieser Vorgabe erfolgt über die zielgerichtete Auswahl und adäquate Beschreibung des Sozialraums und der Lebenslagen der anzusprechenden Teilnehmer.³ In einem

weiteren Schritt erfolgt dann der Museumsbesuch. Über die Anknüpfung an persönlich relevante Fragestellungen sollen Bezüge zwischen dem eigenen Leben und dem Museum hergestellt werden. Dies soll auf abwechslungsreiche, spannende Weisen und mit passgenauen Methoden erfolgen. Die Passgenauigkeit orientiert sich am stimmigen Zusammenwirken verschiedener Faktoren, u.a. am Alter, Geschlecht, der Zusammensetzung und Größe der Gruppe, an der intrinsischen Motivation und dem Entwicklungsstand der Kinder und Jugendlichen, an der lokalen Erreichbarkeit, an der Dauer und Frequenz des Angebots, an der zielgruppengerechten Themenwahl und den ausgewählten museumspädagogischen, künstlerischen oder forschenden Lernmethoden. Im Sinne eines stärkenorientierten Ansatzes kommt es darauf an, dass die Teilnehmenden ihre Kompetenzen entwickeln und erweitern können, Erfolgserlebnisse haben und durch ihre Leistung Anerkennung erfahren. Schlussendlich soll das Museum als Ort und Plattform des eigenen sozialen Handelns und der kulturellen Teilhabe selbstverständlich erlebt und damit der sozialräumliche Aktionsradius und Handlungsspielraum der Kinder und Jugendlichen nachhaltig erweitert werden. Bisherige Auswertungen aus den Rückmeldungen der Bündnisse bestätigen die Relevanz der nachfolgenden Erfolgskriterien für die Zielgruppenerreichung:

1. Wahl der Bündnispartner und Zusammenstellung der Kompetenzen
2. Passgenaue Auswahl von Thema und Format
3. Dauer und Frequenz des Angebots
4. Lokale Erreichbarkeit
5. Wahl der passenden Methoden und Präsentationsformen

Umsetzungen von kultureller Teilhabe

Wie und wodurch wird das erklärte Ziel vermehrter kultureller Teilhabe⁴ für die benachteiligten Kinder und Jugendlichen umgesetzt? Die nachfolgende Auswahl der Projekttitle von lokalen Bündnissen klingt vielversprechend: „Mein, dein, unser Museum!“ (Braunschweig), „Eigen-art-ICH“ (Duisburg), „My Style“ (Neumünster), „Meine Heimat, mein Zuhause – heute und in der Zukunft!“ (Solingen), „Die klingende Box – Brücke zu meiner Heimat“ (Lüneburg), „Leuchtkästen – ein Foto von mir“ (Dresden), „OPEN BOX – Ich zeig Dir mein Berlin-Objekt!“ (Berlin), „Bionik-ForscherWerkstatt: Meine Erfindung für die Zukunft“ (Bielefeld), „Eure Stadt und der Bergbau am Rammelsberg“ (Goslar). Einerseits verweisen die Titel auf das jeweilige Museum und dessen Sammlung(en). Andererseits indizieren die häufig gebrauchten Possessivpronomina den einzulösenden Anspruch, dass der Bezug der Kinder und Jugendlichen zum Museum ein besitzanzeigender ist. Die Eroberung des Museums und die Integration in den lebensweltli-

chen Kontext sollen gelingen und sichtbar zum Ausdruck gebracht werden. Anhand eines Beispiels soll der angekündigte Teilhabe-Anspruch überprüft werden.

Das Bündnis für Bildung des Städtischen Museums Braunschweig (SMBS), der evangelisch-lutherischen Kirchengemeinde St. Magni und der Offenen Ganztagschule Klint lud 15 Kinder im Rahmen des Sommerferien-Programms „Mein, dein, unser Museum!“ ein, sich mit der Institution Museum vertraut zu machen und mehrere Blicke hinter die Kulissen zu werfen. Beim Erkunden von Dauerausstellung, Restaurierungswerkstatt oder auch Depots wurde folgenden Fragen nachgegangen: Warum sammelt ein Museum überhaupt, was sammelt das SMBS – und was sammeln die Kinder? Was ist die Aufgabe der Restauratoren? Wie werden die Exponate präsentiert und wo werden eigentlich diejenigen Objekte aufbewahrt, die nicht ausgestellt sind? Die Erkundungen wurden durch Praxisteile ergänzt, wie z.B. die Begutachtung und Untersuchung von neu in die Sammlung gelangten Objekten. Anschließend entwickelten die Kinder in der MuseobilBOX ihr eigenes Museum im Miniaturformat. Im Zentrum stand ein selbst gewählte Objekt, das – als Abbildung oder in realiter – in der Box ausgestellt wird. Die Kinder wurden dazu angeregt, über zusätzliche Informationen und Anschauungsmaterialien ihre persönliche Perspektive zu vermitteln. Hierfür machten die Nachwuchs-Kuratoren z.B. Fotos von Aufbewahrungsort des gewählten Objekts zu Hause, malten es ab oder führten Interviews. Steckbriefe zu den „SchöpferInnen“ der MuseobilBOXEN ergänzten die Präsentation. Im Rahmen einer von den Kindern gestalteten Vernissage wurden die MuseobilBOXEN Mitschülerinnen und Mitschülern, Lehrern, Eltern und Freunden des Städtischen Museums präsentiert.

Aus den dargelegten Einzelheiten lässt sich das Teilhabeversprechen für die Kinder und Jugendlichen auf mehreren Ebenen herauspräparieren: 1. räumlich: Die Kinder lernten die architektonischen Räume, auch solche, die normalen Besuchern nicht zugänglich sind, kennen und konnten sich anschließend im Museum selbstverständlich bewegen. 2. institutionell: Das Museum wurde in seinen Funktionen und Tätigkeitsfeldern erkundet, von Mitarbeitern erklärt und im praktischen Nachvollzug dieser Tätigkeitsfelder erfahrbar gemacht. 3. symbolisch: Sammlungen und Exponate wurden auf ihre Vieldeutigkeit in unterschiedlichen Kontexten befragt und in Bezug zu eigenen Deutungsmustern gestellt. 4. produktionsästhetisch: Die Kinder konnten über das eigene ästhetische Wirken und Inszenieren ihrer MuseobilBOXEN Möglichkeiten der selbstbestimmten und kreativen Gestaltung erproben. 5. sozial: Das Projekt und insbesondere die abschließende Präsentation vor Mitschülern, Freunden, Familien, Lehrern und Museumsmitarbeitern hat das Museum als Ort und Plattform

des eigenen Handelns im lebensweltlichen Vollzug der Kinder verankert.

Ausblick: Virtuelles Museum

Die MuseobilBOXEN stehen in realer Form als zeitlich befristete Ausstellungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten innerhalb der Jahre 2013 bis 2017 verstreut in Museen in ganz Deutschland. Über die lokale Wirkung einer temporären Ausstellung hinaus, bietet das geplante virtuelle Museum der MuseobilBOX des Bundesverbandes Museumspädagogik ab dem Frühsommer 2014 Kindern, Jugendlichen und beteiligten Bündnissen einen weiteren Ort, an dem ihr Engagement und ihre Leistungen sichtbar werden. Bislang werden die Einzelmaßnahmen der MuseobilBOX individuell und lokal auf den Websites, Facebook-Seiten oder Blogs der Museen und Bündnispartner präsentiert. Ziel des virtuellen Museums ist es hingegen, die im Laufe der Jahre gestalteten Boxen aller Bündnisse und Maßnahmen in einer ständig wachsenden Ausstellung im Internet gesammelt zu präsentieren. Dabei können die MuseobilBOXEN als digitale Exponate ganz unterschiedliche mediale Formen annehmen – zum Beispiel als Foto, Video, Audio- oder Textdatei. Mit dem virtuellen Museum soll auf diese Weise eine eigene dauerhafte und standortübergreifende Ausstellung aller Boxen konzipiert und umgesetzt werden, die realiter nie durchführbar wäre und Teilhabe nachhaltig um die digitale Ebene ergänzt.

Heike Herber-Fries, bvmp.heike.herber-fries@lwl.org



Heike Herber-Fries ist Referentin für Bildung und Vermittlung beim Bundesverband Museumspädagogik; Studium der Kunst- und Architekturgeschichte, Pädagogik, Englischen Philologie, Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften in Köln und Bonn; Ausstellungs- und Bildungsprojekte in verschiedenen Museen in NRW; seit 2013 Projektleitung MuseobilBOX.

¹ „MuseobilBOX – Museum zum Selbermachen“ ist seit Beginn des Jahres eine beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragene Marke des Bundesverbands Museumspädagogik e.V.

² Herausgegeben von Heike Herber-Fries für den Bundesverband Museumspädagogik e.V.: MuseobilBOX – kulturelle Bildung inklusiv, gerecht, diversitätsbewusst verorten. Dokumentation der Fachtagung vom 4.11.2013, LWL-Industriemuseum Zeche Zollern Dortmund.

³ BKJ e. V. (Hg.): Themenheft Sozialraum. RAUM BILDUNG HORIZONTE. Kooperationen sozialräumlich gestalten. Berlin 2014. Online-Publikation. 68 Seiten. ISBN: 978-3-943909-01-2. Download: www.bkj.de/pub./downloads/id/7026.html [18.02.2014].

⁴ Der Teilhabebegriff ist wesentlich für ein Verständnis von kultureller Bildung, welche benachteiligten Kindern und Jugendlichen mehr Bildungschancen ermöglichen will. Siehe auch Jens Maedler (Hg.): TeilHabeNichtse. Chancengerechtigkeit und kulturelle Bildung. München 2008.

Pädagogische Situationen im Spiegel von Fotografien

Qualitative Bildanalyse als Mittel der Reflexion
und Evaluation

Laura Heeg/Fabian Hofmann

Das untersuchte Projekt: Stationenlernen in der Ausstellung „Gustave Caillebotte. Ein Impressionist und die Fotografie“ (Schirn Kunsthalle Frankfurt), Bildungspartnerschaft zwischen Schirn Kunsthalle Frankfurt und Justus-Liebig-Universität Gießen.

- 6 Studierende im Hauptstudium der schulischen und außerschulischen Kunstpädagogik
- Zielgruppe: Oberstufenschüler
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung im Rahmen des Seminars „Vermittlung einer Ausstellung: Gustave Caillebotte – Ein Impressionist und die Fotografie“
- Die Studierenden konzipierten in Zweier-Gruppen eine 20-minütige Lernstation in der Ausstellung.

Nicht nur aus dem Wunsch, sich selbst zu verbessern, sondern auch aus aktuellen Anforderungen von Politik, Wissenschaft und nicht zuletzt den Besuchern ist eine fortschreitende Professionalisierung der museumspädagogischen Arbeit gefragt. Aus diesem Grund haben wir versucht, praktikable und erfolgversprechende Methoden hierfür zu erproben. Im Folgenden möchten wir die qualitativ-empirische Fotoanalyse als sozialwissenschaftliche Forschungsmethode vorstellen und berichten, wie wir sie als Mittel der Selbstreflexion und Evaluation in der Museumspädagogik eingesetzt haben und schließlich Empfehlungen für die Nutzung geben.

Der konkrete Handlungsbedarf entstand bei der Ausbildung von Studierenden. In unseren Seminaren zur Kunstvermittlung hat sich immer wieder gezeigt, dass intensive Rückmeldungen an die PädagogInnen besonders hilfreich sind (vgl. Bühler/Hofmann 2012); solche Rückmeldungen können von den Seminarleitern oder von den Kommilitonen kommen. In einigen Fällen zeigten sich jedoch Differenzen zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung. Auch wurden einzelne Aspekte der Vermittlung nur per Zufall oder nur von einzelnen Personen wahrgenommen. Aus diesen Praxisüberlegungen heraus scheinen uns für die Verbesserung der Vermittlungspraxis Techniken nötig, die eine präzise Spiegelung und

Fotografie der pädagogischen Situation



evidente Rückmeldung, also einen genaueren Blick auf die Situation möglich machen.

Zugleich scheint uns eine weitere Professionalisierung der musealen Kunstpädagogik nötig, die sich auch auf die Forschung erstreckt. Die kunstpädagogische Forschung hat große Lücken sowohl im Hinblick auf das Museum als auch im Hinblick auf Kunstrezeption.¹ Insofern ist eine Verbesserung in erster Linie aus der Praxis heraus möglich und hilfreich (vgl. Bühler/Hofmann 2012, Hofmann/Rauber/Schöwel 2014).

Wir entschieden uns daher, die Reflexion pädagogischer Arbeit im Museum systematisch und methodengeleitet durchzuführen. Ein erster Schritt hierzu erfolgte bereits 2012 (vgl. Bühler/Hofmann 2012). Nun wollten wir mit einer exemplarischen Studie eine weitere Methode der Sozialforschung erproben. Ziel war es herauszufinden, inwiefern ein solches Vorgehen die konkrete pädagogische Praxis durch gezielte Rückmeldung verbessern kann und gleichzeitig den Forschungsstand in der Kunstvermittlung heben kann.

Methodik

a) Angemessener Forschungsansatz:

Qualitative Empirie

Empirische Forschung (von griech. *empeira*, Erfahrung) gründet in der Tradition von Edmund Husserl und Alfred Schütz darauf, dass Wissenschaft die Lebenswelt erklären und verändern soll, daher auch von dieser Lebenswelt aus agieren muss (vgl. Flick 2011, Lamnek 2005, Mayring 2002, Bortz 1995). Dazu setzt sie auf die Erfassung von manifesten Phänomenen (beispielsweise Beobachtungen von Verhalten, Spuren von Überlegungen oder Äußerungen von Menschen).

Empirische Forschung macht einen großen Teil der sozial- und erziehungswissenschaftlichen Forschung aus (ebd.). Auch in der museumspädagogischen Forschung ist zunehmend empirisches Vorgehen zu beobachten (vgl. z.B. Nettke 2010). Georg Peez betont für die Kunstpädagogik die wichtige Rolle empirischer Forschung: „Die Ausprägungen und Charakteristika ästhetischer Erfahrung und Prozesse sind – nach Auffassung im Gebiet der Kunstpädagogik empirisch Forschender – nicht aus ästhetischen Theorien einfach zu deduzieren, sondern sie konturieren komplexe Lebensereignisse, deren Spezifika sich primär über wissenschaftlich genaues Beobachten und Erforschen der Aspekte ästhetischer Erfahrung erschließen lassen“ (Peez 2000, S. 19). Peez zeigt qualitative empirische Forschung und deren Sinnhaftigkeit in verschiedenen für die Kunstpädagogik relevanten Disziplinen auf (Peez 2000, S. 25 f.). So beschreibt er die erziehungswissenschaftliche Tradition der Fallarbeit sowie die weitreichende aktuelle Forschungspraxis dort und macht zudem auf das interpretative, ‚empirische‘ und ‚fallbezogene‘ Vorgehen der Kunstgeschichte auf-

merksam, die schließlich von konkreten Kunstwerken ausgeht.

b) *Praktikable Methode: Qualitativ-empirische Fotoanalyse*

Innerhalb dieses Forschungsansatzes wählten wir das Prinzip der Fotoanalyse: Eine Pädagogische Situation wird fotografiert und ein für die Fragestellung bedeutsames Foto wird herausgegriffen. Dieses Bild wird im Hinblick auf eine Forschungsfrage analysiert. Dabei orientieren sich sozialwissenschaftliche Methoden der Bildanalyse (Beck 2003, Mietzner/Pilarczyk 2003, Marotzki/Niesyto 2006, Holzwarth 2006, Peez 2005, Peez 2007) an Panofskys Ikonologie (Panofsky 1975). Mit dieser Methode der Kunstwissenschaft, die in den 1930er Jahren von Erwin Panofsky entwickelt wurde, wird ein Kunstwerk in seinen Motiven untersucht, wobei den kulturellen Entstehungszusammenhängen besondere Bedeutung zugemessen wird. Die Ikonologie geht in drei Schritten vor: In einer vorikonographischen Beschreibung wird der grundlegende Bildgegenstand, also z.B. das Thema oder das dargestellte Ereignis erschlossen. Für die ikonographische Analyse werden kulturelle Codes und Symbole durch Rückgriff auf literarische Quellen oder durch Vergleich mit anderen Kunstwerken in einer Art Übersetzung entschlüsselt. Schließlich erfolgt die ikonologische Analyse, bei der die Bedeutung des Werkes erarbeitet wird; dabei spielen gesellschaftlich-philosophische Haltungen zur Entstehungszeit eine große Rolle.

Analog dazu schlägt der Erziehungswissenschaftler Peter Holzwarth folgendes Vorgehen vor: Nach der Auswahl der zu interpretierenden Bilder findet eine Ersteindrucksanalyse statt, da häufig solche ersten Eindrücke wesentliche Aspekte zu Tage fördern. Anschließend findet eine formale und deskriptive Analyse statt, in deren Folge dann für verschiedene, möglicherweise widerstrebende Lesarten Deutungen generiert werden. Eine Differenzierung nach plausiblen und wenig plausiblen Deutungen (auch anhand von Kontextinformationen) führt schließlich zu einer Interpretation der Situation (vgl. Holzwarth 2006).

Der Vorteil der Qualitativen Fotoanalyse für unseren Fall besteht darin, dass sie nah am Gegenstand (Kunst) ist und eine umfassende Betrachtung der Situation ermöglicht (Raum, Konstellation, Kleidung, Gestik, Mimik...). Der Nachteil ist natürlich, dass die Fotoanalyse die Sprache nicht berücksichtigen kann und außerdem auf einen Moment beschränkt. Ein praktischer Vorteil liegt darin, dass das Grundprinzip, die Bildanalyse nach Panofsky, den Studierenden vertraut ist und sie sich nicht aufwendig in eine Forschungsmethodik einarbeiten müssen.

Pädagogische Reflexion und wissenschaftliche Auswertung

Als Basis der Reflektion dienten mehrere Fotografien, die je eine Studentin bei der Durchführung ihrer Station während des Schülertags zeigten, aufgenommen von einer Kommilitonin. Zunächst wurden die Fotos innerhalb des Seminars gemeinsam gesichtet und anhand ihrer eine erste Analyse des Schülertags in der Seminargruppe vorgenommen.

Für die abschließende schriftliche Arbeit sollte jede Studentin eine Fotografie analysieren. Dabei sollte zunächst eine passende Fotografie ausgewählt werden, die die Vermittlungssituation repräsentiert. Sowohl die Kunstvermittlerin als auch die Gruppe sollten zu sehen sein. Mit der Fotografie als phänomenologische „Spur“ der didaktischen Situation sollte diese vertiefend untersucht werden. Die Fotografie sollte dann, wie oben ausgeführt, zunächst beschrieben werden, dann die beschriebene Situation gedeutet und abschließend im Hinblick auf die soziale Interaktion zwischen Kunstvermittlerin und Schülergruppe interpretiert werden. Hierbei ermöglichte das Medium Fotografie eine distanziertere und umfassendere Analyse der Situation, als es allein durch die gemeinsame Erinnerung möglich wäre.

Beispiel einer qualitativ-empirischen Fotoanalyse

Betrachten wir zur Verdeutlichung der methodischen Anwendung folgende Beispiele aus einer Abschlussarbeit, die das „soziale Miteinander“ (Auszug Abschlussarbeit S. Becker)² in den Blick nimmt:

„Inmitten der Stellwände befinden sich circa 20 Personen, die teilweise einzeln stehen, teilweise in Gruppen auftreten. Die meisten der sichtbaren Personen sind junge Erwachsene. Sie sind schlicht gekleidet. Graue, blaue, beige und schwarze Kleidung werden bevorzugt getragen sowie einige leichte Pastelltöne.

Ganz rechts am Bildrand sieht man einen älteren Herrn, der nach links auf das Bild im goldenen Rahmen schaut. Er trägt eine Brille, einen schwarzen Mantel und eine beige Hose. In der linken Hand hält er ein schwarzes, längliches Gerät an sein Ohr.

Über die rechte Bildhälfte verteilt befindet sich eine größere Menschenansammlung. Die Gruppe erstreckt sich bis kurz vor den rechten Rand des Fotos und besteht zum größten Teil aus jungen Frauen, die wahrscheinlich zwischen 16 und 20 Jahren alt sind. Zwei männliche Personen stehen hinter den Frauen am Rand der Gruppe. Sie alle schauen zu den zwei jungen Frauen weiter links im Bild, die ihrerseits der Gruppe zugewandt sind. Die weiter vorne stehende dieser beiden Frauen steht hauptsächlich auf ihrem linken Bein, der rechte Fuß ist leicht vom Boden abgehoben. Sie trägt eine blaue Jeans, braune Schuhe, ein weißes T-Shirt mit einer schwarzen Jacke

darüber und sie hat einen grauen Schal dicht um den Hals gewickelt. Die braunen Haare trägt sie offen. In ihren Händen hält sie eine Klemmmappe, die sie locker vor ihrem Bauch aufgestützt hat. Die blonde Frau neben ihr hebt ihren linken Arm zum Kopf und ist hauptsächlich in Schwarz gekleidet“ (Auszug Abschlussarbeit S. Becker).

Eine Schulklasse befindet sich also inmitten einer Kunstausstellung, und zwei Pädagoginnen stellen einleitend die Ausstellung vor. Die Studentin beschreibt in diesem Abschnitt detailliert und fokussiert die räumliche Situation und die Konstellation der Personen zueinander – hierbei bezieht sie auch Einzelbesucher in ihre Beobachtungen ein, die nicht zu der Schülergruppe gehören. Am genauesten beschreibt sie die Kunstvermittlerin. Sie zählt eine Reihe von Details auf, die beim flüchtigen Lesen überflüssig erscheinen mögen, sich aber bei der genaueren Analyse als wichtig erweisen.

In einem nächsten Schritt erfolgt die Deutung der Situation anhand der Körperhaltungen. Die Interaktion zwischen Kunstvermittlerin und Schülern wird interpretiert und die Stimmung bei der Durchführung der Station beschrieben: *„Nur bei wenigen Schülerinnen und Schülern auf dem Foto kann man die Gesichter gut erkennen. Jedoch kann man auch bei denjenigen, deren Gesichter auf dem Foto verdeckt sind, durch ihre ruhigen, geraden und entspannten Körperhaltungen die Aufmerksamkeit ablesen. Ihre Körper sind alle zu den Kunstpädagoginnen gerichtet und die Kopfhaltungen verraten, dass sie ihnen auch zuhören“ (Auszug Abschlussarbeit S. Becker).*

Im dritten und letzten Schritt der Analyse werden Schlüsse aus den vorangehenden Beschreibungen und Deutungen gezogen: *„Die Kunstpädagoginnen wirken selbstbewusst. Die im Vordergrund stehende Kunstpädagogin schaut aufrecht in die Gruppe und sucht Augenkontakt. Im Moment des Fotos bewegt sie sich gerade von einem Bein auf das andere, denn die Konturen sind hier verschwommen. Auch die dahinter stehende Kunstpädagogin ist in Bewegung. Sie hebt gerade den linken Arm zum Kopf. [...] Entspannt hält die vordere Kunstpädagogin das Klemmbrett vor sich. Es ist am Bauch aufgestützt, jedoch wirkt die Haltung weder verkrampft noch unnatürlich. Sie ist sich ihrer momentanen Aufmerksamkeit bewusst und meistert die vielen Blicke selbstbewusst“ (Auszug Abschlussarbeit S. Becker).*

Folgen wir dem Text der Studentin, so erhalten wir ein umfassendes Bild der Situation. Sie beschreibt die Eingebundenheit in die Ausstellungssituation: Die Vermittlung findet nicht in einer neutralen Umgebung statt, sondern ist durch externe Faktoren beeinflusst. Der Raum ist auf die Rezeption von Kunstwerken hin gestaltet, die Vermittlung wird dadurch geprägt: Die Schüler stehen vor den Pädagoginnen so, wie sie sonst im Museum vor einem Kunstwerk stehen würden. Die Studentin hebt zudem die informelle Atmosphäre her-

vor und das Aussehen der Pädagoginnen, die sich kaum von den Schülern unterscheiden, sowie die entspannte Körperhaltung und Gestik von Pädagoginnen und Gruppe. Zweimal erwähnt sie das Klemmbrett als Zeichen einer pädagogischen Rolle.

Eine ausdrückliche Deutung der Situation wird in der Abschlussarbeit nicht geleistet. Doch der Text enthält Elemente einer zusammenfassenden und evaluierenden Reflexion der Situation: Sie wird als eine dialogische, intensive Begegnung zwischen aufmerksamen Schülern und offenen Kunstvermittlern mit flacher Hierarchie und deutlichen Unterschieden zu schulischen Situationen beschrieben. Der Charakter der pädagogischen Situation wird durch Fotoanalyse also offenbar; ebenso die Faktoren, die diesen Charakter bestimmen: Auftreten und Verhalten der Kunstvermittlerinnen, die Konstellation im Raum, die Raumgestaltung und die Atmosphäre. Der besondere Raum, der Museumsraum, führt also offenbar zu einer besonderen, museumsspezifischen, Pädagogik.

In weiteren Fotoanalysen zeigten sich die konzeptuelle Abhängigkeit einzelner Lernstationen von bestimmten Kunstwerken oder von konkreten Rauminszenierungen.

Unsere Erfahrungen mit der Methode

- Die Methodik ist in der Datenerhebung praktikabel. Es ist lediglich eine Person nötig, die fotografiert. Mit einer durchschnittlichen Kamera und ohne Blitz entstehen durchaus für die Analyse brauchbare Fotos. Zudem empfand niemand das Fotografieren als Störung der Situation.
- Die Auswertung mittels Fotos schafft eine Spiegelung, die Pädagogen sehen sich selbst als dritte Person. Dies erleichtert die Selbstreflexion. Auch macht es die Reflexion in der Gruppe einfacher, wenn man nicht von „du“ sprechen muss, sondern von „der Person auf dem Foto“.
- Die Fotoanalyse sorgt für eine Evidenzerhöhung in der Reflexion. Die Kunstvermittler hatten mehr Vertrauen in die visuellen „Fakten“ als in mündliche Rückmeldungen zur Situation.
- Ein Foto lässt ein ausführliches, detailliertes und wiederholtes Ansehen zu.
- Es ermöglicht eine Betrachtung der Situation aus zeitlicher, räumlicher und personeller Distanz.
- Aus Fotos (die ja stehende Bilder sind) wird dennoch auch Verhalten sichtbar.
- Eine präzise und methodengeleitete Analyse zeigt, dass in den Fotos wesentliche Aspekte der Gesamtsituation sichtbar werden. Aus unserer Sicht bestätigen sich darin die forschungsmethodologischen Aussagen, dass nämlich ein einzelnes Foto hilft, um

charakteristische Elemente einer ganzen Situation zu erkennen.

- Eine Vorbildung in der Bildinterpretation erleichtert es, die Methodik anzuwenden. Dann ist lediglich eine kurze Einführung in die Forschungsmethodik nötig. Insofern ist die qualitative Fotoanalyse in einem Bereich, in dem vornehmlich Kunstpädagogen und Kunsthistoriker arbeiten, besonders praktikabel.
- Die Einbezogenheit der Studierenden, die gleichzeitig Beobachter und Beobachtete waren, hatte Vor- und Nachteile. Da sie alle selbst beteiligt waren, erhöhte dies die Identifikation und das Engagement. Zudem konnten die Studierenden das zu interpretierende Foto später um ihre Erinnerungen ergänzen – aber auch dadurch verfälschen. Da sie jedoch betroffen waren, hatte dies sicherlich Auswirkungen auf die Interpretation.

Diese Erfahrungen und Erkenntnisse bestärken uns darin, diese Form der methodengeleiteten Reflexion und Wirkungsforschung weiterzuführen. Qualitative Fotoanalyse ist ein nützliches und praktikables Mittel, das mit akzeptablem Aufwand betrieben werden kann und wichtige Einblicke in die konkrete Situation und in die Vermittlung im Allgemeinen geben kann. Die Nutzung solcher Methoden kann zur Professionalisierung der Kunst- bzw. Museumspädagogik entscheidend beitragen. Insofern sollte es zunehmend Teil der Ausbildung, Weiterbildung und der kontinuierlichen Begleitung unserer pädagogischen Arbeit sein.

Laura Heeg
Schirn Kunsthalle Frankfurt
laura.heeg@schirn.de



Laura Heeg ist Kunsthistorikerin und Mitarbeiterin der Schirn Kunsthalle Frankfurt, seit 2012 Lehrauftrag der Uni Gießen; Forschungen zu Zisterzienserbaukunst und Raumgestaltung von Museen, Verfasserin von Ausstellungsführern.

Fabian Hofmann
Institut für Angewandte Kunstpädagogik
Wendelsweg 89, 60599 Frankfurt/M.
hofmann@angewandte-kunstpaeagogik.de



Fabian Hofmann, Kunstpädagoge, bis 2011 Abteilungsleiter Pädagogik an der Schirn Kunsthalle; promoviert an der Universität Frankfurt/M. und ist Lehrbeauftragter an der Universität Gießen.

Literatur

- Beck, Christian: Fotos wie Texte lesen. Anleitung zur sozialwissenschaftlichen Fotoanalyse. In: Ehrenspeck, Yvonne; Schäffer, Burkhard (Hg.): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch. Opladen 2003, S. 55–71.
- Bortz, Jürgen; Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin 1995.
- Bühler, Katharina; Hofmann, Fabian: Wirkungsforschung in der (Kunst-)Vermittlungspraxis. Eine Untersuchung zu den Einstellungen und Erfahrungen von Kunstpädagogen in Bezug auf die beiden Lernorte Schule und Museum. In: Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell (94/2012), S. 32–36.
- Flick, Uwe; Kardorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg 2011.
- Grütjen, Jörg: Kunstkommunikation mit der „Bronzefrau Nr. 6“. Qualitativ empirische Unterrichtsforschung zum Sprechen über zeitgenössische Kunst am Beispiel einer Plastik von Thomas Schütte. München 2013.
- Hofmann, Fabian; Metz, Sylvia: Theorie im Praxistest. Interdisziplinäres Studium am Beispiel einer Bildungspartnerschaft der Universität Gießen und der Schirn Kunsthalle Frankfurt. In: BDK-Mitteilungen (3/2012), S. 16.
- Hofmann, Fabian; Rauber, Irmi: Eine „surreale“ Bewegung zwischen Schule, Museum und Einkaufszentrum. Rückblick auf ein Großprojekt im Wechselspiel individueller und gemeinsamer Prozesse und Erfahrungen. In: BDK-Mitteilungen (2/2012), S. 19–23.
- Hofmann, Fabian; Schöwel, Katja; Rauber, Irmi (Hg.): Führungen, Workshops, Bildgespräche. Ein Hand- und Lesebuch zu Bildung und Vermittlung im Kunstmuseum. München 2014.
- Holzwarth, Peter: Fotografie als visueller Zugang zu Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In: Winfried Marotzki und Horst Niesyto (Hg.): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher kunst- und medienpädagogischer Perspektive. Wiesbaden 2006, S. 175–205.
- Lamnek, Siegfried: Qualitative Sozialforschung. Weinheim 2005.
- Marotzki, Winfried/Niesyto, Horst: Bildinterpretation und Bildverstehen: Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. Wiesbaden 2006.
- Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim 2002.
- Mietzner, Ulrike/Pilarczyk, Ulrike: Methoden der Fotografieanalyse. In: Ehrenspeck, Yvonne; Schäffer, Burkhard (Hg.): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch. Opladen 2003, S. 21–36.
- Nettke, Tobias: Handlungsmuster museumspädagogischer Führungen. Eine interaktionsanalytisch-erziehungswissenschaftliche Untersuchung in Naturkundemuseen. Frankfurt am Main 2010.
- Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. In: Panofsky, Erwin: Sinn und Deutung in der bildenden Kunst (Meaning in the Visual Arts). Köln 1975, S. 36–43.
- Peez, Georg: Evaluation ästhetischer Erfahrungs- und Bildungsprozesse. Beispiele zu ihrer empirischen Erforschung. München 2005.
- Peez, Georg (Hg.): Handbuch Fallforschung in der Ästhetischen Bildung – Kunstpädagogik. Qualitative Empirie für Studium Praktikum Referendariat und Unterricht. Baltmannsweiler 2007.
- Peters, Maria: Blick, Wort, Berührung. Differenzen als ästhetisches Potential in der Rezeption plastischer Werke von Arp Maillol und F. E. Walther. München 1996.
- Schütz, Helmut G.: Kunst und Analyse der Betrachtung. Entwicklung und Gegenwart der Kunstrezeption zwischen Original und Medien. Baltmannsweiler 2002.
- Uhlig, Bettina: Kunstrezeption in der Grundschule. Zu einer grundschulspezifischen Rezeptionsmethodik. München 2005.
- Wyrobnik, Irit: Das Kunstmuseum als pädagogische Herausforderung. Annäherungen moderne und zeitgenössische Kunst mit Kindern. Frankfurt am Main 2000.

¹ So bezeichnet der Kunstpädagoge Hermann G. Schütz die Kunstbetrachtung im Unterricht pathetisch als „todkranken Patienten“ (Schütz 2002, S. 3). In jüngerer Zeit liegen jedoch einzelne Arbeiten zur Kunstrezeption vor (insb. Uhlig 2005 und Grütjen 2013). An Forschungsarbeiten zur Kunstpädagogik im Museum sind zu nennen: Peters 1995, Wyrobnik 2000, Schütz 2002.

² Die Auszüge aus den Seminararbeiten der Studierenden wurden pseudonymisiert.

„Kultur schnuppern“ – eine Idee macht Schule

Marita Thöle

„Kultur ist eigentlich nicht so mein Ding“, gibt Hüseyin ganz offen zu. Und doch hat er zum ersten Mal für einen Workshop das Felix-Nussbaum-Haus betreten. „Dort haben wir Bilder des Künstlers nachgemalt, was wirklich Spaß gemacht hat“, sagt er. Özge hat durch das Projekt plötzlich Spaß am Theater gefunden. „Bei uns machen sie jetzt eine Theater-AG. Ich glaube, ich melde mich da einfach mal an“. Richtig toll fanden Valerina, Özge und Hüseyin vor allem Programme, bei denen sie selbst aktiv werden durften: Graffiti-Sprayen in der Kunsthalle, Musizieren in der Kunst- und Musikschule oder auch der Besuch in der Bibliothek. Abschließend kommen die drei zu dem Ergebnis, dass sie das Projekt „mit Pausen und vielen Mitmach-Aktionen“ auf jeden Fall auch anderen Schulklassen empfehlen können (die Zitate beziehen sich auf Interviews, die die Journalistin Kristina Löpker mit Schülern der Käthe-Kollwitz-Hauptschule in Osnabrück durchgeführt und auf dem Internetportal OSCommunity veröffentlicht hat).

Die Rede ist von „Kultur schnuppern“, einem Projekt, das die Stadt Osnabrück im Jahr 2009 ins Leben gerufen hat und seit nunmehr fünf Jahren erfolgreich durchführt.

Schülerinnen und Schüler einer 9. Klasse der Felix-Nussbaum-Hauptschule in Osnabrück besuchen die Veranstaltung „Instrumentenkarussell“ der städtischen Musik- und Kunstschule. Foto: Manfred Blieffert, Musik- und Kunstschule, Stadt Osnabrück



▼ Künstlerin Birgit Kannengießer läutet die Praxisphase zum Thema Landschaftsbilder für die Schülergruppe der Käthe-Kollwitz-Schule ein.
Foto: © Presse- und Informationsamt, Stadt Osnabrück



einmal in der Woche besucht. Bislang haben 70 Klassen mit rund 1300 Schülern dieses Angebot wahrgenommen. Insgesamt fanden rund 1200 Besuchstermine in Kultureinrichtungen statt.

Von Anfang an dabei sind Klassen der Käthe-Kollwitz-Schule und Lehrer Wolfgang Bottin: „Toll ist, dass bei den Führungen die praktischen Anteile sehr hoch sind. Die Jugendlichen erhalten dadurch nicht nur theoretisches Wissen, sondern setzen sich mit Kunst, Musik oder auch Archäologie praktisch auseinander. Das ist für alle Beteiligten gewinnbringend.“ Die Führungen werden in der Regel von Museums- und Musikpädagogen begleitet.

Welche Überlegungen führten dazu, speziell für jugendliche Hauptschüler ein Programm zu entwickeln? Der städtische Fachbereich Kultur möchte mit seinen Angeboten möglichst alle Bevölkerungsgruppen erreichen und ihr Interesse an Kultur wecken oder auch steigern. Dieses Ziel wird bei einigen Gruppen eher erreicht als bei anderen. Während sich zum Beispiel Kinder noch leicht für kulturelle Angebote begeistern lassen, lässt dieses Interesse bei Jugendlichen häufig nach, wobei dies je nach Schulform, Bildungsstand und Elternhaus variieren kann. Jugendliche Hauptschüler sind in den verschiedenen Kultureinrichtungen der Stadt eher selten anzutreffen. Umso wichtiger war es, diese Schülergruppe bewusst anzusprechen und ein Angebot zu schaffen, das diesen Jugendlichen einen Einblick in die kulturelle Landschaft Osnabrücks ermöglicht und sie damit neugierig auf Kultur macht.

Das Projekt „Kultur schnuppern“ greift diesen Gedanken auf und wendet sich vornehmlich an Hauptschüler, aber auch Förder- und Realschüler der verschiedenen Osnabrücker Ganztagschulen. Jeder Schüler bekommt durch dieses Projekt die Möglichkeit, in die Kulturszene der Stadt hineinzuschnuppern und während seiner Schulzeit alle Osnabrücker Museen und Kultureinrichtungen kennenzulernen. Mit unterschiedlichsten Methoden werden die Jugendlichen eingebunden. Bei allen Veranstaltungen wird der Schwerpunkt auf sinnliches Erleben und kreatives Tun gelegt. Dadurch soll bei den Schülern eine positive Einstellung zu Kunst und Kultur gefördert werden. Sie sollen auch motiviert werden, in ihrer Freizeit Museen und Kultureinrichtungen zu besuchen.

An „Kultur schnuppern“ können in einem Schulhalbjahr maximal neun Nachmittagsgruppen teilnehmen. Vierzehn verschiedene Kultureinrichtungen stehen auf dem Programm. Diese werden im Wechsel

Die Schülergruppe der Käthe-Kollwitz-Schule, die am 5. Februar 2014 die Ausstellung „Goodbye Paradise“ in der Kunsthalle Osnabrück besuchte, erhielt durch die Künstlerin Birgit Kannengießer Einblicke in Landschaftsbilder gestern und heute.

„Kultur schnuppern“ wurde im Wintersemester 2009/2010 von einer Studentengruppe der Fachhochschule Osnabrück (Studiengang „Öffentliche Verwaltung“) evaluiert. Die Fachhochschule attestierte dem Projekt, dass es von allen Beteiligten – also Schülern, Lehrern und Kulturpädagogen – gut angenommen wird. Eine der zentralen Fragen an die teilnehmenden Schüler war: „Wie hat dir das Projekt ‚Kultur schnuppern‘ bisher insgesamt gefallen?“ Mehr als zwei Drittel der Schüler beurteilten das Projekt mit „gut“ oder „sehr gut“, 18,9% der Befragten fanden „Kultur schnuppern“ „mittel“ und lediglich 13,2% kreuzten bei dieser Frage „weniger gut“ oder „schlecht“ an. Der Durchschnitt lag insgesamt bei 2,25 und damit nur knapp unter „gut“ (Nierenberg, Inga u.a.: Evaluation des Projektes „Kultur schnuppern“ der Stadt Osnabrück, Praxisprojekt, Fachhochschule Osnabrück, Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, WS 2009/2010).

Wesentlichen Anteil am erfolgreichen Verlauf des Projektes hatte die Klosterkammer Hannover, die in den Jahren 2009, 2010 und 2011 eine Anschubfinanzierung in Höhe von 70% der Projektkosten übernahm. Seit dem Jahr 2012 übernehmen die Fachbereiche Kultur und Schule/Sport der Stadt Osnabrück die Kosten von rund 12.000 Euro zu je 50%, so dass die Teilnahme für Osnabrücker Schulen nach wie vor kostenlos ist.

Marita Thöle
Koordinierungsstelle „Schule und Kultur“
Fachbereich Kultur der Stadt Osnabrück
Marienstraße 5/6
49074 Osnabrück

INSPIRATION

Begegnung und Dialog rund um die Kunst –
über Grenzen und Vorurteile hinweg

Caroline Buffet

1. Idee und Ziel des Projektes

INSPIRATION ist eine vielfältige Gelegenheit zur Begegnung und zum Austausch durch und über Kunstwerke, die im Dreiländermuseum Lörrach¹ aufbewahrt werden. Die Zielgruppe des Projektes ist breit gefächert: sowohl KünstlerInnen als auch Kunstamateure, Personen mit Behinderung und deren BetreuerInnen, MediatorInnen und BesucherInnen des Museums. Das Projekt fügt sich in den Rahmen unseres Vermittlungsprogramms. Dem museumspädagogischen Leitbild² getreu, welches wir 2008 formuliert haben, berücksichtigen wir so weit wie möglich die Kriterien der Zugänglichkeit für alle BesucherInnen, unabhängig von deren Alter, Herkunft, Bildungsniveau und Fähigkeiten. Unsere bereichernde Erfahrung mit dem Publikum mit Behinderung führte uns zur Idee eines grenzüberschreitenden Begegnungsprojektes im Dreiländermuseum. Weil die Kunst die soziale Integration ermöglicht und über jegliche Unterschiede hinwegsieht, kam sie auf natürliche Weise als Aspekt hinzu und darüber hinaus als zentrales Motiv. So nahm INSPIRATION seinen Lauf.

Ein teilnehmender Künstler überlegt gemeinsam mit seiner Erzieherin, welches Kunstwerk er zur Inspiration auswählt. © Dreiländermuseum Lörrach



Es geht darum AmateurkünstlerInnen³ mit Behinderung vorzuschlagen, sich von einem Kunstwerk der Museumssammlung inspirieren zu lassen und dann ein persönliches Kunstwerk zu kreieren. Das Projekt dauert mehrere Wochen und schließt mit einer kollektiven Ausstellung ab, in welcher die Kunstwerke, die als Quelle dienten, den inspirierten Kunstwerken gegenübergestellt werden. Den KünstlerInnen ist dabei völlig frei überlassen, auf welche Art und Weise sie sich ausdrücken möchten. Das Projekt ist als Reihe gedacht und wird jedes Jahr erneuert. Die erste Folge fand zwischen Herbst 2012 und Winter 2013 statt, die zweite zwischen Herbst 2013 und Winter 2014. Weitere sind geplant, jedes Mal mit einem neuen Thema und neuen TeilnehmerInnen.

2. Entwicklung des Projektes

Zusammenstellung der Gruppe, Auswahl eines Themas

Das Projekt beginnt mit der Zusammenfindung der KünstlerInnen. Die Erfahrung zeigt dass eine Gruppengröße von 12 bis 15 Personen aus zwei oder drei verschiedenen Institutionen ideal ist.⁴ Weil ein Großteil der TeilnehmerInnen Personen mit körperlicher sowie geistiger Behinderung sind, die sich nur eingeschränkt fortbewegen und sprachlich ausdrücken können, ist es wesentlich, sich der Erreichbarkeit und des Engagements der ErzieherInnen und des Begleitpersonals zu vergewissern.

Die Kommunikationskompetenzen der VermittlerInnen des Museums sind leicht ausgeschöpft, wenn sie sich an ein Publikum mit Behinderung adressieren. Die engagierte Zusammenarbeit der spezialisierten BetreuerInnen ist grundlegend, um eine Beziehung mit den KoordinatorInnen des Projektes aufzubauen und um eine gesunde Entwicklung zu sichern.

Bei einer ersten Diskussion legen wir gemeinsam das Thema fest. Dieses hängt normalerweise vom Profil der Gruppe ab, also vom Alter der Teilnehmenden und deren Interessen. 2012 beschäftigten wir uns mit Blumenmotiven, Tieren und Menschen. 2013 erarbeiteten wir das Thema Musik und Tanz. Sobald das Motiv feststeht, suchen wir an die zwanzig Gemälde, Zeichnungen, Gravuren und Skulpturen der Museumssammlung aus, welche zum Thema passen. Diese Auswahl entsteht unabhängig von den gewöhnlichen kunsthistorischen Kriterien.

Erste Begegnung zwischen den KünstlerInnen im Museum und Arbeit in Werkstätten

Bei einer ersten Begegnung im Museum machen sich die KünstlerInnen miteinander bekannt und entdecken die inspirierenden Kunstwerke. Jeder hat die Möglichkeit, sie zu betrachten und sich eines auszusuchen. Im Laufe



der folgenden Wochen arbeiten sie an ihrem eigenen Kunstwerk im Rahmen ihres Kunstunterrichtes. Die Mediation der ErzieherInnen steht hier an erster Stelle. Sie kommunizieren mit den KünstlerInnen, ergründen ihre Intentionen und helfen ihnen, ihre ganz eigene Technik zu finden, um das Motiv umzusetzen. Wir vom Museum beobachten diese Arbeit, um den Entwicklungsstand zwischen Idee und Umsetzung nachvollziehen zu können. Wir nehmen Notizen und fotografieren. Diese Spuren nützen uns später für die Redaktion des Katalogs und die abschließende Ausstellung. Dieser Teil des Projektes nimmt eine variable Zeit ein, entsprechend der gewählten Technik der KünstlerInnen, ihrer Zeitverfügbarkeit und Fähigkeit. 2012 hatten wir drei Monate für diese Phase einberechnet, was sich als zu lang erwies. 2013 hatten wir folglich nur sechs Wochen eingeplant.

Lieferung der Kunstwerke und erste Ideen für eine Ausstellungsgestaltung

Im Rahmen einer zweiten Begegnung im Museum bringen die KünstlerInnen ihre Arbeit. Jede/r stellt sein Kunstwerk neben das jeweilige, das zur Inspiration diente. Diese Konfrontation ist ein fesselnder Moment,

bei dem alle große Aufmerksamkeit und Gefühle zeigen. Manche halten sich mit Genauigkeit an das Ausgangskunstwerk, andere lassen ihrer Fantasie freien Lauf. Aber nichts ist dem Zufall überlassen: Es gibt immer eine Intention und es ist eine Freude zu versuchen, diese zu entschlüsseln.

Redaktion des Katalogs und Ausstellungseröffnung

Es folgen drei Wochen der intensiven Arbeit im Museum: der Aufbau der Ausstellung und die Redaktion des Katalogs. Wir widmen der Präsentation der Kunstwerke viel Sorgfalt mit dem Ziel, die BetrachterInnen zu sensibilisieren und sie einzuladen, sich über den Übergang von einem Kunstwerk zum anderen zu befragen. Die Eröffnungsveranstaltung ist der zweite Höhepunkt des Projektes. Wir laden den gesamten Freundeskreis des Museums und alle Personen, die sich für Kunst oder die Frage der sozialen Inklusion interessieren, ein.

3. Auswertung

Die zwei Ausgaben von INSPIRATION 2012 und 2013 haben das Publikum begeistert und bewegt. Manch eine BesucherIn hat in unserem Gästebuch enthusiastische und ermutigende Nachrichten hinterlassen. Dies bestätigt den Wert des Konzeptes: Die Zielsetzung Integration von Personen am Rande der Gesellschaft ist erreicht.⁵ Der Austausch zwischen BesucherInnen und KünstlerInnen, zwischen Personen ohne und mit Behinderung, ist eindeutig geschaffen. Letztere werden geradezu als sensible talentierte KünstlerInnen betrachtet, als AutorInnen von Werken, die genau wie die der etablierten KünstlerInnen ausgestellt werden. Durch das Ausstellen dieser Kunstwerke auf eine Weise, die zugleich authentisch, differenziert und subtil ist, trägt das Museum zur sozialen und kulturellen Integration von Personen, die von Behinderung betroffen sind bei und schafft somit ein wertschätzendes Bild der Behinderung.

Das Projekt könnte in weiteren Museen – egal welcher Sparte – durchgeführt werden. Das künstlerische Schaffen kann von vielfältigen Quellen inspiriert sein. Pflanzen und Tiere eines naturhistorischen Museums, kulturhistorische Objekte eines Völkerkundemuseums oder auch Maschinen und Werkzeuge eines Technikmuseums können genauso gut wie ein Kunstwerk als Quelle dienen. Indem sie KünstlerInnen mit Behinderung einen Zugang zur Sammlung ermöglichen, eröffnen die SammlungskuratorInnen bis dahin unvorstellbare aber umso interessantere Perspektiven.

Caroline Buffet
Museologin MAS
Basler Straße 143
79540 Lörrach
c.buffet@loerrach.de



Caroline Buffet ist seit 2002 im Dreiländermuseum Lörrach tätig und seit 2008 Leiterin der Museumspädagogik.

Bibliographie

Scheele Knight, M. Museumsprogramme für Autisten: Ein Erfahrungsbericht. In: Föhl, P.-S., Erdrich, S., John, H., Maaß, K., Das barrierefreie Museum : Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit – ein Handbuch, Bielefeld 2007, S. 460-465.

Angèle Fourès, Delphine Grisot et Serge Lochot : Le rôle social du musée – Agir ensemble et créer des solidarités, OCIM, 2011.

Actes du colloque „Des musées (plus) accessibles“, Bruxelles, 24 et 25 novembre 2012, in Revue de la section francophone du comité belge du Conseil international des Musées – ICOM, 2012, numéro 24.

¹ Die Stadt Lörrach befindet sich ein paar Kilometer von Basel entfernt, an der Grenze zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz. Die Dauerausstellung des Dreiländermuseums zeigt die kulturelle Geschichte der trinationalen Region des Oberrheins. Das Publikum stammt hauptsächlich aus Baden, dem Elsass und der Schweiz. Die Sammlung umschließt unter anderem Kunstwerke lokaler Künstler.

² Leitbild der Museumspädagogik : www.dreilaendermuseum.eu

³ In diesem Artikel beschreiben wir die AmateurlünstlerInnen, die am Projekt teilnehmen mit dem simplen Term „KünstlerInnen“. Alle sind AutorInnen eines Kunstwerkes, abgesehen von ihrer Kompetenz, ihrer Begabung, ihrer Erfahrung und ihrer körperlichen und geistigen Fähigkeit.

⁴ 2012 fanden sich bei INSPIRATION 17 KünstlerInnen im Alter von 11 bis 25 Jahren zusammen aus drei verschiedenen Förderstätten: das Institut Médico Educatif Bartenheim (Frankreich), die Sonderschule Karl-Rolfus Schule Herten (Deutschland) und die Förderstätte am Schlosspark Basel-Binningen (Schweiz). 2013 nahmen 12 KünstlerInnen vom Institut Médico Educatif Bartenheim (F) und von der Lebenshilfe Lörrach (D) teil im Alter von 11 bis 71 Jahren.

⁵ Unter den BesucherInnen der Ausstellung meldeten sich drei, die inspirierte Kunstwerke erwerben wollten. Zwei der KünstlerInnen zogen es jedoch vor, ihr Kunstwerk zu behalten.

**Felix Ackermann, Anna Boroffka,
Gregor H. Lersch (Hg.)**

**Partizipative Erinnerungs-
räume**

**Dialogische Wissensbildung in
Museen und Ausstellungen**

378 S., ISBN: 978-3-8376-2361-1,
34,80 €

Der Erfolg partizipativer Methoden der Wissensbildung und -vermittlung in Museen ist von der aktiven Rolle potenzieller Besucher ebenso abhängig wie von einem nachhaltigen Lernprozess der daran beteiligten Institutionen und Mitarbeiter. Die Beiträge stellen den zugehörigen theoretischen Hintergrund ebenso vor wie dialogische Formen der kulturellen Bildung und Kunstvermittlung. Diese werden exemplarisch erschlossen anhand des Pilotprojekts „Deutsch-Polnische Tandemführungen“, das im Rahmen der Ausstellung „Tür an Tür. Polen – Deutschland. 1000 Jahre Kunst und Geschichte“ im Martin-Gropius-Bau in Berlin stattfand. Ein Ausblick, wie Partizipation der Besucher zukünftig die Arbeitsweise von Museen verändern kann, beschließt den Band.

**Sigrid Bekmeier-Feuerhahn et al.
(Hg.)**

**Die Kunst des Möglichen –
Management mit Kunst**

**Jahrbuch für Kulturmanagement
2013**

428 S., ISBN: 978-3-8376-2688-9,
34,99 €

Das Verhältnis zwischen Kulturmanagement und Kunst hat sich seit seinen Anfängen in den 1990er Jahren fundamental verändert: Vom Verständnis eines Kulturmanagements als bloße „Ermöglichung“ der Kunst – darum bemüht, nicht die Autonomie von Kunst und Kunstschaffenden zu tangieren – erfolgte ein Rollenwandel hin zur aktiven Mitgestaltung in Prozessen künstlerischer Kreativität. Die Beiträge des Jahrbuchs für Kul-

turmanagement 2013 befassen sich aus historischer, systematischer und empirischer Perspektive mit dem Verhältnis von Kunst und Management und entwickeln Konzepte für eine Neubestimmung im Verhältnis von Kulturproduktion und Management. Untersucht werden dabei die Paradigmen bzw. Leitideen, die das jeweilige Rollenverständnis der involvierten Akteure definieren und diese im Kontext aktueller gesellschaftlicher und politischer Entwicklungen verorten.

Esther Gajek

**Seniorenprogramme
an Museen.**

Alte Muster – neue Ufer

2013, *Regensburger Schriften zur
Volkskunde/Vergleichenden Kultur-
wissenschaft, Band 25*, 320 S.,
ISBN 978-3-8309-2596-5, 34,90 €

Was suchen Senioren im Museum? Sind es – wie bisher angenommen – Wissen und Unterhaltung? Oder bieten die monatlichen Vermittlungsprogramme für Menschen über 65, die hier Grundlage der Argumentation bilden, nicht viel mehr und ganz anderes? In der vorliegenden Arbeit wird ein ethnografischer Zugang gewählt: Teilnehmende Beobachtung und biografische Gespräche mit fünfzig Besucherinnen und Besuchern ermöglichen einen differenzierten Blick auf die Erfahrungen, die Menschen über 65 im „Tempel des Wissens“ machen. Die empirische Besucherforschung zeigt, dass die Programme zwar Informationen zu Exponaten und Themen vermitteln, aber auch Möglichkeiten der Alltagsstrukturierung bereithalten. Gleichzeitig dienen sie der Distinktion zu Gleichaltrigen, stellen Herausforderung dar, schaffen eine Gegenwelt zum Alltag und erweisen sich in großem Maße als anregende Orte, über sich selbst zu reflektieren. Museen als Orte der Identitätssuche? Deutet sich damit vielleicht ein Paradigmenwechsel an?

Management und Praxis

Dialogische Kunst- und Kulturvermittlung

10. + 11. Mai 2014

Der Schwerpunkt des Einführungsseminars liegt auf der Technik des Sokratischen Dialogs. Hierbei geht es um die Bedeutung einer wertschätzenden und nicht wertenden Kommunikation und die Fähigkeit, offen und produktiv mit Besucheräußerungen umzugehen und Aussagen im Gespräch an das Exponat zurückzuführen. Inhalte der Fortbildung: Motivation und Bedürfnisse von Besuchern; Grundlagen des Sokratischen Dialogs; Dialogische Gesprächsführungstechniken; Produktiver Umgang mit Besucheräußerungen; Sprecharten, Formulierungen und gesprächssteuernde Frageformen; Methoden der Wahrnehmungsförderung; Blickführungstechniken; Moderationsformen: Gruppenleitungs- und Lenkungsaspektes Körpersprache, Haltung, Mimik, Gestik.

Anmeldung und Information:
www.kunstunddialog.de
www.marta-consulting.de
info@kunstunddialog.de

Strategien des professionellen Sammlungsbaus

18. + 19. Juni 2014

Themenschwerpunkte des Intensivseminars: Sammlungsevaluierung (Gliederung, Beschreibung, Beurteilung); Entsammlen; Sammlungsstruktur (Sammlungsgruppen, Sammlungsschwerpunkte); Entwicklungsplanung der Sammlung und Sammlungskonzept; Das Projekt ‚SAMMELN!‘ – Strategien der Profilschärfung und Vernetzung von Museen und ihren Sammlungen.

Anmeldung und Information:
 Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V.
 Postfach 1140, 38281 Wolfenbüttel

Fon 05331-808415
post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

Theaterpädagogische Methoden in der Kunstvermittlung

28. + 29. Juni 2014

Kunst- und Kulturvermittlung bedeutet, interessierten Besuchern einen Zugang zu einem kulturellen Erlebnis zu ermöglichen. Theaterpädagogische Methoden bieten hierbei einen völlig neuen, sinnlich poetischen und erlebnisreichen Zugang zu Kunst und den Themen einer Ausstellung. Methoden wie Darstellendes Spiel, „Teaching in Role“ und Szenische Improvisationen erweitern das Handlungsrepertoire von Museumspädagogen und Kunst- und Kulturvermittlern.

Anmeldung und Information:
www.kunstunddialog.de
www.marta-consulting.de
info@kunstunddialog.de

Zukunftsfähigkeit im Kulturbetrieb

3. + 4. Juli 2014

Kaum ein Tag, an dem nicht von „Nachhaltigkeit“ gesprochen oder geschrieben wird – doch was steckt eigentlich wirklich hinter diesem Begriff? Und was hat das Ganze dann auch noch mit dem Kulturbetrieb zu tun? In diesem Kurs wollen wir nicht nur zu den Wurzeln von „Nachhaltigkeit“ reisen – einem Konzept, das schon uralt und alles andere als ein aktueller Trend ist. Wir wollen auch den Kulturbetrieb und Ihre eigene Tätigkeit im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung verorten und das besondere Potenzial aufdecken, das Kunst und Kultur als Katalysatoren gesellschaftlicher Veränderungsprozesse besitzen. Sie lernen Tools kennen, die Sie in der eigenen Arbeit einsetzen können, um Strukturen und Prozesse auf eine nachhaltige Entwicklung auszurichten und damit einen Schritt zur Sicherung der eigenen Zukunftsfähigkeit zu ge-

hen. Ökonomische, ökologische und soziale Fragestellungen werden uns beschäftigen und Diskussionen und Gruppenarbeiten werden Sie befähigen, nicht nur im aktuellen Diskurs mitzureden, sondern ihn selber aktiv mitzugestalten.

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

Gegenwart der Zeitgeschichte. Das 20. Jahrhundert in Berliner Museen und Gedenkstätten

21. – 25. Juli 2014

Ein Deutungs- und Vermittlungsmonopol auf Geschichte war gestern. Heute schreibt, erzählt und zeigt eine Vielzahl von Medien und Einrichtungen mit unterschiedlichen Mitteln und Zielsetzungen historische Inhalte. Zeitgeschichte kann ein prägender Faktor persönlicher (Familien-)Geschichte und als solcher kontrovers besetzt und emotional aufgeladen sein. Sie ist im heutigen Stadtraum oder Alltag gegenwärtig und in ihren Objekten und Medien vertraut. Vor diesem Hintergrund begeben wir uns auf eine fünftägige Expedition durch Berlin. Gemeinsam mit ExpertInnen aus Museen, Universitäten und Medien diskutieren wir, wer an diesen Orten wodurch legitimiert, welche Geschichten erzählt. Wir analysieren, welche gesellschaftlichen Funktionen einzelne Einrichtungen wahrnehmen und an wen sie ihre Angebote richten. Wir vergleichen inhaltliche und gestalterische Konzepte und besprechen das Potenzial und die Herausforderungen zeithistorischer Medien wie Fotografie, Film oder Berichte von Zeitzeuginnen/Zeitzeugen. Weil diktatorische Regime, Gewalt und Krieg das 20. Jahrhundert wesentlich bestimmt haben, richten wir unsere Aufmerksamkeit speziell auch auf die

Aufbereitung sensibler Sammlungen und Themen.

Anmeldung und Information:
Universalmuseum Joanneum
Museumsakademie Joanneum
Mariahilferstraße 2-4
A – 8020 Graz
Fon +43(316) 80179805
museumsakademie@museum-joanneum.at

Wo Berge und Museen sich erheben. Die Westschweiz

18. – 20. September 2014

Im Rahmen einer dreitägigen Rundfahrt werden wir eine Reihe bemerkenswerter Museen besuchen, die sich in Spartenzugehörigkeit, Größe und Trägerschaft unterscheiden und so die Vielfalt der Museums- und -kultur in unserem Nachbarland bestmöglich widerspiegeln. Gemeinsam mit Schweizer Kolleginnen und Kollegen analysieren und diskutieren wir ausgewählte Dauer- und Sonderausstellungen und nehmen Einblick in die reiche Sammlungs- und Präsentationsgeschichte einzelner Häuser. Ziel ist dabei nicht nur, konzeptionelle und gestalterische Tendenzen kennenzulernen, die sich stärker an einer französischen Ausstellungskultur orientieren als an jener des deutschsprachigen Raums. Mit Bezug auf konkrete Einrichtungen und Projekte möchten wir auch erfahren, wie sich einzelne Häuser zwischen Tradition und Innovation positionieren, wie Kunst und Wissenschaft, neue und alte Architektur zusammengehen und wie es um die strategische Entwicklung der Westschweizer Museumslandschaft steht.

Anmeldung und Information:
Universalmuseum Joanneum
Museumsakademie Joanneum
Mariahilferstraße 2-4
A – 8020 Graz
Fon +43(316) 80179805
museumsakademie@museum-joanneum.at

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Museumsmanagement: Extern Techniken und Strategien für eine wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit

3. + 4. Juli 2014

Themenschwerpunkte des Intensivseminars: Management- und Kommunikationsstrukturen; Grundlagen der strategischen PR und Öffentlichkeitsarbeit; Zielgruppen: Definition und Ausrichtung der Angebote; Instrumente des PR und ihr Einsatz; Pressetexte: Voraussetzungen und Strategien; Pressekontakte: Organisation, Vorbereitung, Durchführung; Instrumentarien: Pressegespräch, Pressekonferenz, Pressereise.

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

Markt und Ökonomie

Auf der Suche nach der verlorenen Zeit? Museumspädagogik zwischen Mythos und reiner Lehre

12. + 13. Mai 2014

Museumspädagogik gerade an Freilicht- und Industriemuseen ist einem ungeheuren Spannungsfeld von Erwartungen ausgesetzt: Sie soll Museen gleichermaßen sowohl als Lernort wie auch als Erfahrungswelt bedienen und zeitgleich dem Anspruch gerecht werden, Freizeitspaß und Antworten auf gesellschaftliche Fragestellungen zu vereinen. Wie gehen die Museen mit dem altbekannten Spagat zwischen Erlebnisorientierung und dem Selbstverständnis als wissenschaftliche Bildungseinrichtung um? Wie holt die

Museumspädagogik an Freilicht- und Industriemuseen in Zukunft potenzielle Besucherinnen und Besucher ab? Welches sind die Stärken von Freilicht- und Industriemuseen und ihrer Vermittlungsarbeit? Wollen wir auf den Mythos der „guten alten Zeit“ antworten, ihn bedienen oder doch aktiv eine andere Rolle einnehmen? Die Museumspädagogik sollte sich erneut auf die Suche nach Antworten begeben. Der Austausch über diese Fragestellungen liegt uns besonders am Herzen. Mit Impulsvorträgen wollen wir uns dem Thema nähern. In offenen Podiumsdiskussionen können Ideen und Methoden vorgestellt, Fragen aufgeworfen und diskutiert werden.

Anmeldung und Information:
Silke Höllmüller M.A.
Schwarzwälder Freilichtmuseum
Vogtsbauernhof
77793 Gutach
Fon 07831-93 56 26
s.hoellmueller@vogtsbauernhof.de

Zielgruppen für Museen: Konzepte, Methoden, Modelle Studentisches Kolloquium zum Thema Besucherorientierung

14. – 16. Juni 2014

Die drei beteiligten Hochschulen stellen mit Beginn des WS 2014 das Schwerpunktthema „Zielgruppen – Konzepte, Methoden und Modelle museumspädagogischer Vermittlung für spezifische Interessengruppen in Museen“ in den Fokus der Lehre. Studierende werden parallel zu den Vorlesungen, Seminaren oder auch Praxisprojekten mit der Realisierung von Projektskizzen beauftragt. Ziel wird sein, die Prozesse, Erkenntnisse und Ergebnisse aus dem jeweils konkreten Zusammenhang in Form einer Projektskizze auf einer gemeinsamen Veranstaltung in der Akademie zu präsentieren. In der gemeinsamen Diskussion und Auswertung sollen sammlungsübergreifende Prinzipien herausgearbeitet werden.

Eine Kooperation der Technischen Universität München/Fachgebiet Mu-

seumspädagogik, der HTWK Leipzig/ Studiengang Museologie, der HTW Berlin/Museumskommunikation und der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel.

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

Making Memories: Kunstvermittlung für Menschen mit Demenz

13. – 15. Juli 2014

Das Projekt „Making Memories – Kunstbetrachtungen für Menschen mit Demenz“ ist ein museumspädagogisches Angebot der Kunsthalle Bremen, das auf der Schnittstelle zwischen Kunstvermittlung, Kunstdidaktik und Kunstpraxis angesiedelt ist. Sein Ziel ist es, demenziell erkrankte Menschen mit museums- und kunstpädagogischen Methoden zu aktivieren und ihnen durch sensible Impulse ein partielles eigenes Wiedererleben zu ermöglichen. In diesem Seminar wollen wir Ihnen die Erfahrungen und Erkenntnisse weitergeben, die in diesem Projekt mit der Entwicklung, Konzeption, Vorbereitung, Organisation und Durchführung in der museumspädagogischen Arbeit für Menschen mit Demenz gewonnen werden konnten. Das Projekt dient dabei als übertragbares Modell für ähnliche Vorhaben: Im Zentrum steht die Vermittlung sehr unterschiedlicher und erprobter Methoden, die dabei helfen können, mit dementen Menschen über Kunst und Kunstwerke in einen sinnvollen und hilfreichen Dialog zu treten. Durch Fallbeispiele und exemplarische Übungen erfahren Sie mehr über die methodischen Zugänge, über Gesprächsführung und geeignete Rhetorik, über Taktgefühl, Dominanz-Zurückhaltung und weitere Instrumentarien, die Ihnen die Verbindung zu Menschen in der Welt des Vergessens

ermöglichen und professionalisieren.

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

tagen und versammeln

Kunstaussstellungen für Kinder. Konzepte und Perspektiven

15. + 16. Mai 2014

Kunstmuseen, die Ausstellungen für Kinder im Programm haben, sind immer noch selten zu finden. Dabei sind solche Ausstellungen unter den Aspekten der BesucherInnenorientierung und der kulturellen Freizeitgestaltung eine ideale Möglichkeit, um Kindern gemeinsam mit ihren Familien einen Museumsbesuch zu ermöglichen. Denn ob ein Kind einmal KulturnutzerIn wird, hängt vor allem vom Verhalten seiner primären Bezugspersonen ab. Wie werden Kunstaussstellungen für Kinder konzipiert und gestaltet? Welche Konzepte und Möglichkeiten eröffnen sich dadurch? Die Tagung wendet sich an KuratorInnen, KunstvermittlerInnen und Museumsverantwortliche und dient dem praktischen Erfahrungsaustausch sowie der Vernetzung.

Anmeldung und Information:
Martina Pohn
martina.pohn@mdmsalzburg.at
Fon +43(662)842 220-351
Ort: Museum der Moderne
Rupertinum
Wiener-Philharmoniker-Gasse 5,
A – 5020 Salzburg

Alles offen, alles frei. Open Data in Kultureinrichtungen

12. + 13. Juni 2014

Unter Open Data wird die freie und uneingeschränkte Zugänglichkeit und Nutzbarkeit von Daten verstanden mit

dem Ziel, die Transparenz z.B. in öffentlichen Institutionen zu erhöhen, Vernetzung zu erleichtern oder neue Forschung zu inspirieren. Am Beispiel konkreter Projekte und gemeinsam mit ExpertInnen möchten wir diskutieren, welche Konsequenzen dieses derzeit hochaktuelle Konzept für größere und kleinere Museen mit sich bringt: Was setzt die uneingeschränkte Zugänglichkeit von Sammlungen und Forschungsergebnissen in Museen voraus, und vor allem: Was folgt aus ihr? Was spricht dagegen, dass jede/r an öffentlich finanzierten Erkenntnissen teilhaben kann? Was dafür, dass jede/r diese bearbeiten oder z.B. Bilddaten kommerziell verbreiten kann? Was folgt aus dem Verzicht auf Copyright-Rechte am Gemeingut Museumsgut? Welche vielleicht völlig neuen Wege ebnet Open Data der Vermittlung? Was bedeuten sie für die institutionelle Identität der Museen als öffentliche Einrichtungen? Und welche gesellschaftlichen Funktionen können Museen möglicherweise neu bzw. anders erfüllen, wenn sie sich mit Überzeugung öffnen?

*Anmeldung und Information:
Universalmuseum Joanneum
Museumsakademie Joanneum
Mariahilferstraße 2-4, A-8020 Graz
Fon +43(316) 8017 9805
museumsakademie@museum-joanneum.at*

„Best ager“ oder „Silver generation“, „60 plus“ oder „Generation Gold“ – wer verbirgt sich hinter dieser Gruppe?

13. Juni 2014

Das Seminar bietet Ihnen Gelegenheit, Ihr Wissen über ältere Erwachsene und deren Bedürfnisse zu überprüfen und zu erweitern: Hinter den griffigen Bezeichnungen verbirgt sich eine äußerst heterogene Gruppe. Anhand von Beispielen aus verschiedenen Museen für unterschiedliche Zielgruppen 60+ werden Sie Möglichkeiten kennenlernen, wie Museen Männer und Frauen

jenseits des Erwerbslebens differenziert ansprechen, ihnen diversifizierte Angebote machen und sie damit auch dauerhaft an sich binden können. Gleichzeitig haben Sie Gelegenheit, Ihr eigenes Wissen einzubringen.

*Anmeldung und Information:
Kim de Groot
de-groote@ibk-kultur.de
Fon 02191-794 296
Ort: LWL-Industriemuseum Zeche Zollern II/IV
Grubenweg 5, 44388 Dortmund*

Bundesverband

Sitzung und Seminar des Erweiterten Vorstands am 15. + 16.2.2014 in Wolfenbüttel

Mitte Februar tagte der Erweiterte Vorstand in der Bundesakademie Wolfenbüttel, um sich über aktuelle Projekte, Entwicklungen und Planungen auszutauschen. Die Sitzung wurde auf zwei Tage ausgedehnt, um ein moderiertes Seminar anzuschließen, bei dem es um kurz- und langfristige Ziele des Bundesverbandes in Abstimmung mit den Regional- und Landesverbänden ging. Herausgekommen ist eine umfangreiche Liste von neuen Projekt- und Arbeitsgruppen, die sich der Struktur, der Öffentlichkeitsarbeit, der Geschäftsordnung und der Organisation widmen werden. Außerdem wurde die Einrichtung neuer Fachgruppen zur Qualifizierung und zur Freien Mitarbeit beschlossen. Es wurden Verantwortliche benannt und ein Zeitplan zur Erledigung erstellt, der bis ins Jahr 2015 reicht.

QuAM = Qualifizierung und Austausch für Museen: Terminverschiebung

QuAM ist ein Projekt zur Qualifizierung von MitarbeiterInnen in kommunikativen Arbeitsfeldern der Museen und der angrenzenden Gebiete der kulturellen Bildung.

2014 wird das Projekt unter dem Titel „Voneinander lernen: Vermittler, Kuratoren, Besucher, Museumsnutzer. Lehren und Lernen als Netzwerkprozess“ stehen und bietet eine Reihe von vier Seminaren an der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Kooperation mit dem Bundesverband Museumspädagogik.

Anmeldefrist verlängert: Bis zum 2. Juni ist die Anmeldefrist nun verlängert für die Seminare, die sich folgendem Problemkreis widmen: Die Rahmenbedingungen für gelungenes Lernen zu schaffen, ist eine sehr kom-

plexe Aufgabe. In den Zusammenhängen des informellen Lernens – wie im Museum – ist dies noch weitaus vielschichtiger als etwa in schulischen Verbindungen. Jede wirkungsvolle und nachhaltige Museumspädagogik ist deshalb auf die Kenntnis fundierter Theorien, Konzepte und Methoden angewiesen, um möglichst genau auf das jeweilige Lernumfeld und die spezifische Vermittlungssituation eingehen zu können. Nur so kann sie ihrer Aufgabe gerecht werden, Kulturelle Bildung im Museum nach qualitativen Kriterien zu gestalten und zu ermöglichen. Zum Abschluss erhalten die TeilnehmerInnen ein Zertifikat.

Die Termine und Themen im Einzelnen: Gegenüber der ursprünglichen Ausschreibung verschiebt sich der Zertifikatslehrgang QuAM 2014 aufgrund organisatorischer Gründe und startet nun mit Modul 2 („Lernpartnerschaften“) vom 29. Juni – 1. Juli 2014. Die Module 3 („Exkursion Amsterdam“) und 4 („Evaluation“) bleiben auf den bereits angekündigten Zeitpunkten. Das ursprünglich vom 4. – 6. April 2014 vorgesehene Modul „Lernen im Museum“ verschiebt sich auf den 21. – 23. Februar 2015.

Alle weiteren Detailinformationen sowie die Option zur Online-Anmeldung unter: www.bundesakademie.de/programm/museum/do/.

Neues BVMP-Projekt „Museums-Curriculum“ startet im Juli 2014

Das neue BVMP-Projekt Museums-Curriculum ist ein Kooperations-, Qualifizierungs- und Zertifizierungsprojekt für Museen aller Gattungen und Grundschulen.

Mit der Aufnahme des Museums-Curriculums in Ihr museumspädagogisches Programm

- schärfen Sie Ihr Profil im Grundschulbereich und stärken Ihre Stellung in der regionalen bzw. lokalen Bildungslandschaft,
- schaffen Sie eine optimale Verbindung aus museumsbezogener kultureller Bildung und Lehrplaninhalten in verbindlicher, struktu-

- rierter und dennoch offener und lebendiger Zusammenarbeit,
- vermitteln Sie Grundschülerinnen und Grundschülern Ihre Exponate und Inhalte durch zeitgemäße Vermittlungsmethoden und geben ihnen Gelegenheit, Museumskompetenz zu entwickeln,
 - werden Sie Teil des BVMP-Projekts MuseumsCurriculum und profitieren von Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Die fünfteilige berufsbegleitende Fortbildungs- und Zertifizierungsreihe „MuseumsCurriculum“ startet im Juli 2014 an der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel. Anmeldeschluss ist der 23. Mai 2014.

Anmeldung unter
www.bundesakademie.de
 Weitere Informationen:
www.museumscurriculum.org,
Lessmann@museumspaedagogik.org,
Schad@museumspaedagogik.org

Bericht der Fachgruppe „Generation 60plus im Museum“

Die Aktivitäten der Fachgruppe bündeln sich in zwei Tagungen pro Jahr. Diese finden jeweils in einem anderen Bundesland statt und haben unterschiedliche Themenschwerpunkte. Vor Ort agieren die austragenden Museen und Landesverbände als enge Kooperationspartner. Die Veröffentlichung der Tagungsprotokolle auf der homepage des BVMP ist geplant.

Anregungen für weitere Tagungsorte und Themen sind sehr gewünscht, ebenso das Engagement in der Fachgruppe.

Das dritte Treffen der Fachgruppe fand am 17.3.2014 im Kunstmuseum Bayreuth statt. Es ging diesmal um das Thema der Kreativität im Alter. Zunächst war ein inhaltlicher Auftakt der Fachgruppensprecherin über „Die neue Freiheit im Alter“ vorgesehen. Dann sprach Imke Nagel, die Programmleiterin der Akademie plus in Remscheid, über „Von wegen nur da sitzen und zuhören – Kreativität 60+“. Anhand von Beispielen aus der Arbeit der Akademie ging es vor allem um folgende Frage: Was ist wichtig, um kre-



ative Prozesse anzuregen? Der Nachmittag war praktischem Arbeiten vorbehalten: Museumspädagoginnen des Bayreuther Kunstmuseums führten mit den Teilnehmenden ein Kreativangebot für die Generation 60plus durch, wie es am Haus praktiziert wird. Idee war, durch die eigene Anschauung die besondere Qualität kreativ-gestalterischer Arbeiten mit der Zielgruppe zu erkennen.

Weitere Tagungsorte und -termine stehen schon fest:

15.9.2014 Museum Tuch und Technik, Textilmuseum, Neumünster

geplantes Thema: Körperlichkeit
 16.3.2015 Kunst- und Ausstellungshalle der BRD, Bonn

Thema: Demenz
 21.9.2014 Zeitgeschichtliches Forum, Leipzig

Thema: Zeitzeugen

Dr. Esther Gajek, Universität Regensburg (Fachgruppensprecherin)

Norddeutschland

Neues Wissen braucht das Land – Forschung vermitteln Jahrestagung mit Mitgliederversammlung im GEOMAR Kiel

Die diesjährige Jahrestagung führte uns nach Kiel. Das Thema stieß auf großes Interesse, denn es kamen ca. 40 Verbandsmitglieder und andere KollegInnen, die am Forschungszentrum GEOMAR der Frage nachgingen, wie eng die Vermittlungsarbeit in Museen der aktuellen Forschung folgen kann. Wie kann die Museumspädagogik die Forschungsergebnisse und -methoden veranschaulichen, ohne sie zu simplifizieren oder zu verfälschen?

Wie kann eine Zusammenarbeit zwischen Forschung und Vermittlung im Museum sinnvoll organisiert werden? Vier eingeladene ReferentInnen gaben uns abwechslungsreiche Einblicke in ihre Arbeit. Doch zunächst begrüßte uns unser Gastgeber Dr. Gerd Hoffmann-Wieck (GEOMAR Direktorat Kommunikation & Medien), der uns kurz das Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung, Kiel vorstellte. Den Einführungsvortrag hielt Dr. Bernd Hernker (Museumsleiter am Senckenberg Forschungsinstitut und Naturmuseum, Frankfurt). Unter dem Titel „Wissenschaft vermitteln“ stellte er die Stärken eines Museums heraus, um Forschung zu vermitteln, u.a.:

- Authentizität
- Dinge zeigen, die über andere Medien gar nicht oder schlechter vermittelbar sind
- erlebnisorientierte Präsentation: „Forschung und Forscher zum Anfassen“.

Ausgangspunkt sind dabei natürlich die Objekte, aus denen die Erkenntnisse gewonnen werden, die zu einer Rekonstruktion der Vergangenheit führen. Diese wiederum wird dann im Museum präsentiert.

Im zweiten Beitrag „Glanz und Grauen. Mode im Dritten Reich“ rückten Forschung und Vermittlung noch enger zusammen. Claudia Gottfried (Museumsleiterin im LVR-Industriemuseum, Ratingen) berichtete eindrucksvoll über ein Forschungsprojekt, in dem eine Ausstellung nicht am Ende, sondern zeitlich in seiner Mitte stattfand. Ausgehend von den Objekten, einer Kleidersammlung aus den 1930/40er Jahren, fanden Zeitzeugen-Interviews statt. Die Ergebnisse wurden zur Grundlage einer Ausstellung, die selbst zum Forschungsgegenstand wurde. Während ihrer Laufzeit erhielten die MuseumswissenschaftlerInnen durch die BesucherInnen neue Erkenntnisse, die dazu führten, dass sich die Ausstellung immer wieder veränderte. Das Projekt führte zu einer Perspektivenveränderung auf beiden Seiten: Die BesucherInnen erhielten einen neuen Blick auf

ihre eigene Biografie, und Museums-wissenschaftlerInnen nahmen ein Neubewertung ihrer Sammlung vor. In der anschließenden Ausstellung „Im goldenen Schnitt. Niedersachsens längste Ausgrabung“, die von Regine Tuitjer (Museumspädagogin am Niedersächsischen Landesmuseum Hannover) vorgestellt wurde, überholte die Vermittlung die Forschung sogar. Die Kollegin stand vor der Herausforderung, wie man archäologische Artefakte vermittelt, deren Erforschung noch gar nicht abgeschlossen ist. Neben den gezeigten Funden standen deshalb interaktive Elemente in der Ausstellung, an denen verschiedene archäologische Forschungsmethoden wie Finden, Bergen, Messen vermittelt wurden. Der letzte Beitrag befasste sich mit der „Vermittlung aktueller Meeresforschung an Schulen“, deren Möglichkeiten und Grenzen uns Dr. Joachim Dengg (am GEOMAR zuständig für Schulkooperationen) vorstellte. Kooperationsprojekte zwischen Forschungseinrichtungen und Schulen sollten aktiv, aktuell und unterrichtsergänzend sein. Es sei wichtig, dass ForscherInnen und LehrerInnen sich als gleichberechtigte Partner verstehen. Die SchülerInnen erleben einen realen Forschungsprozess und machen ihr Ergebnis am Ende öffentlich sichtbar. Als besonderen Kniff riet Herr Dengg, Schulprojekte als Teil der Öffentlichkeitsarbeit in den Finanzierungsplan eines Forschungsprojekts aufzunehmen. So ließen sich Gelder gewinnen und die Vermittlungsarbeit erhalte größeres Ansehen innerhalb des Projekts.

Zwischen den Vorträgen und der anschließenden Mitgliederversammlung hatten wir Gelegenheit, das GEOMAR und seine Aufgaben und Ziele näher kennenzulernen, die uns Herr Hoffmann-Wieck auf einem Rundgang durch das GEOMAR erläuterte. Auf der Mitgliederversammlung wurden der Jahresbericht 2013 und die Planung für 2014 verabschiedet. Außerdem fanden Vorstandswahlen statt: Im aktuellen Vorstand sind Karin

Ruhmüller (Museum Tuch + Technik, Neumünster), Silke Straatman (Ostpreußisches Landesmuseum Lüneburg), Birte Stüve (Übersee-Museum Bremen) und Regine Tuitjer (Niedersächsisches Landesmuseum Hannover). Beiratsmitglieder sind Anka Bolduan (Übersee-Museum Bremen), Hans-Georg Ehlers (Schwedenspeicher-Museum Stade) und Gerd Hoffmann-Wieck (Geomar Kiel). Außerdem wurden die Termine für das laufende Jahr verabredet:

5. Mai 2014: Museumspädagogik vor Ort, Hamburg

14. September 2014: Museumspädagogik vor Ort, Paläon Schöningen

24.-26. Oktober 2014: Werkstattgespräche, Husum

Mitte November 2014: Jahrestagung des BVMP, Weimar

Februar 2015: Jahrestagung des RV MP Nord, Hannover

Der Montag führte uns auf die andere Seite der Kieler Förde. Im Aquarium GEOMAR begrüßte uns sein Leiter Michael Gruber, der uns Konzept und Zukunftspläne der Vermittlungsarbeit im Aquarium erläuterte. Zum Abschluss durften wir auch einen Blick hinter die Kulissen werfen.

Der zweite Besuch galt der Medizin- und Pharmaziehistorischen Sammlung der Christian-Albrechts-Universität, wo uns die Leiterin Eva Fuhry im Empfang nahm. Zunächst stellte sie uns den neuen Ausstellungsbereich zur Apothekengeschichte vor. Danach erfuhren wir, welche Pläne es zur Pathologie gibt und welchen Herausforderungen sich ein Museumsteam stellt, wenn es, wie bei diesem Thema, auch um die „Faszination des Grauens“ und ethische Fragestellungen geht.

Birte Stüve

Ostdeutschland

Jahrestagung 2013 mit ordentlicher Mitgliederversammlung

Der AKMPO veranstaltete vom 14.-15. November 2013 die Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik

unter dem Titel „Besser geht's nicht? Zur Professionalisierung der Museumspädagogik“ in Dresden. Kooperationspartner vor Ort waren das Deutsche Hygienemuseum und das Militärhistorische Museum, vor allem aber die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden, die 2013 50 Jahre Museumspädagogik an den SKD feierten und die Tagung beherbergten. Den über 130 Tagungsteilnehmern wurde an zwei Tagen ein hochkarätiges und anregendes Programm geboten, das mit seinen methodisch vielfältigen Angeboten sowohl eine kritische Reflektion über die notwendige Professionalisierung in der Museumspädagogik und ihre Mittel ermöglichte, als auch in Workshops und auf dem Markt der Möglichkeiten selbst Angebote zur Professionalisierung und Fortbildung bot.

Beschlüsse der Mitgliederversammlung

Der AKMPO nutzte die Gelegenheit zu einer Mitgliederversammlung, auf der die für die Aufrechterhaltung der Vereinsarbeit dringend erforderliche Erhöhung der Mitgliedsbeiträge auf das Niveau der übrigen Regional- und Landesverbände beantragt wurde. Die Erhöhung der Mitgliedsbeiträge wurde bei einer Enthaltung ohne Gegenstimmen angenommen. Die Mitgliedsbeiträge betragen ab 2014: 40,00 EUR für den ermäßigten Beitrag, 60,00 EUR für den regulären Beitrag und mindestens 100,00 EUR für institutionelle Mitglieder.

Die Erhöhung der Mitgliedsbeiträge ist folgendermaßen begründet:

Der hohe finanzielle Aufwand für Standbein Spielbein sowie hohe Extraausgaben wie der Relaunch der Homepage machen eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge unausweichlich. Die durchschnittlichen Kosten des AKMPO pro Mitglied im Jahr liegen über dem früheren ermäßigten Mitgliedsbeitrag von 30,00 EUR. Da der AKMPO sehr viele Mitglieder mit ermäßigtem Beitrag hat, war das Fortbestehen des Vereins gefährdet.

Der AKMPO konnte auch 2013 mehr neue Mitglieder begrüßen als Austritte

verzeichnen. Sowohl die Anzahl der ordentlichen als auch der institutionellen Mitglieder ist gestiegen. Insgesamt hat der Verein 131 ordentliche Mitglieder und 38 institutionelle Mitglieder.

Der Vorstand wird zudem auf der nächsten ordentlichen Mitgliederversammlung mit Vorstandswahlen den Mitgliedern Vorschläge zur Satzungsänderung zur Abstimmung vorlegen, die vor allem eine Präzisierung des §4 „Mitgliedschaft“ beinhalten.

Diskutiert wurde über die Vorschläge des Vorstandes, eine Namensänderung des Vereins herbeizuführen. Das Vorhaben an sich und auch der Vorschlag des Vorstandes „Länderverband Museumspädagogik Ost e.V.“ stießen auf ein geteiltes Echo. Aus dem Plenum kam der Vorschlag, den AKMPO in „Regionalverband Museumspädagogik Ost e.V.“ umzubenennen. Die Thematik wird zur nächsten Mitgliederversammlung 2014 (geplant für Herbst 2014) erneut aufgegriffen werden.

Ausscheiden von Vorstandsmitgliedern

Zwei langjährige Mitglieder des AKMPO und des Vorstandes schieden zur Mitgliederversammlung 2013 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand aus: Ines Schnee aus Dresden, die bis dahin die Aufgabe der Schriftführerin übernommen hatte und Karin Breitzkreutz aus Erfurt, die dem Vorstand als Beisitzerin angehörte. Der Vorstand dankt beiden für die sehr gute Zusammenarbeit.

Ines Schnee bleibt dem AKMPO jedoch auch weiterhin engagiert erhalten, weil sie die Regionalberatung für das Projekt des Bundesverbandes „MuseobilBOX – Museum zum Selbermachen“ übernommen hat. Die Schriftführung hat bis zur nächsten Mitgliederversammlung kommissarisch Avgi Stilidis, Dresden, übernommen.

AKMPO vor Ort Termine 2014

Freitag, 9. Mai 2014: „Das neue Deutschland. Von Migration und Vielfalt“. Die neue Sonderausstellung im Deutschen Hygienemuseum Dresden: Vielfalt in der Herkunft und vielfäl-

tige Vermittlungsarbeit mit Dr. Carola Rupprecht, 15:30-18:00. Anmeldung bis 11. Mai an service@dhmd.de

Freitag, 5. September 2014: „14 – Menschen – Krieg“ und „Krieg und Wahnsinn“. Zwei Sonderausstellungen zum Ersten Weltkrieg im Militärhistorischen Museum in Dresden mit Avgi Stilidis, 15:30-18:00. Anmeldung bis 31. August an avgistilidis@bundeswehr.org

Wenn Sie Interesse haben, im Rahmen des AKMPO vor Ort Ihre Dauer- oder Sonderausstellung und das Vermittlungsprogramm vorzustellen, nehmen Sie bitte mit Avgi Stilidis Kontakt auf: avgistilidis@bundeswehr.org

Rheinland-Pfalz/Saarland

Tagung „Das Rad nicht neu erfinden – Methoden der Museumspädagogik in der Praxis“

Mit über 100 Teilnehmern war die Tagung am 2. Dezember 2013 im Landesmuseum Trier ein voller Erfolg. Die verschiedenen Referenten stellten bewährte und neue methodische Kniffe und Hilfsmittel für die personelle und nicht-personelle Vermittlung vor. Mit dem Schwerpunkt „Methoden in Kulturhistorischen Museen“ beleuchtete Frau Prof. Dr. Weiß von der HTWK in Leipzig, inwieweit Vermittlung aktivierend sein kann und darf. Frau Sadler vom Museum am Ostwall im Dortmunder U widmet sich dann den „Methoden in Kunstmuseen“. Frau Pfenninger, freie Kulturschaffende und Kulturvermittlerin aus Speyer, gab schließlich in ihrem interaktiven Vortrag „Theaterpädagogik in Museen“ einen kleinen Einblick in ihr Methodenrepertoire. Der Themenbereich „Museumsrucksäcke, Rallyes & Co.“ wurde von Frau Dr. Mergen vom Haus der Geschichte in Bonn vorgestellt. Sie zeigte eindrücklich welche Fehler bei der Konzeption von solchen didaktischen Materialien auftauchen und wie sie vermieden werden können.

In der anschließenden Mitgliederversammlung wurde die Umbenen-

nung in Regionalverband Museumspädagogik Südwest e.V. beschlossen. Der Antrag wurde bereits beim Notar eingereicht, eine offizielle Rückmeldung steht noch aus.

Tagung „Berufsbild Museumspädagogik“

Eine aktuelle Umfrage zu Honoraren und Eingruppierungen im Bereich Museumspädagogik wurde kürzlich erstellt und in Umlauf gebracht. Die Ergebnisse sollen im Zuge der Tagung zum Berufsbild Museumspädagogik am 19. Mai 2014 im Historischen Museum in Speyer vorgestellt werden. Außerdem wird das Thema an diesem Tag aus theoretischer und arbeitsrechtlicher Perspektive von verschiedenen Referenten aufgearbeitet. Eine ausführlichere Beschreibung kann zeitnah auf der Internetseite des Landesverbandes eingesehen werden: www.rpsl.museumspaedagogik.org. Anmeldungen unter: Almut.Neef@museum.speyer.de

Erweiterte Vorstandssitzung im Science-Center Vaisseau, Straßburg

Am 16. Juni 2014 findet eine erweiterte Vorstandssitzung mit Führung zum Thema Museumspädagogik im Vaisseau in Straßburg statt. Das Science-Center ist eine Bildungseinrichtung des Generalrats des Departement Bas-Rhin und hat sich als Ort des Entdeckens von Wissenschaft und Technik überregional etabliert. Anmeldungen unter: bosslet@deutsches-zeitungsmuseum.de

Kinder- und Jugendmuseen

Seit Sommer 2013 betreuen Sabina Leßmann (Kunstmuseum Bonn), Marie Lorbeer und Uta Rinklebe (MACHmit! Museum, Berlin) im Rahmen des BVMP die Fachgruppe „Kindermuseen/Ausstellungen für Kinder und Jugendliche“ und damit auch diese Rubrik in „Standbein Spielbein“. Dieser Infoteil lebt von Euren Beiträgen. Wir freuen uns auf zahlreiche Ankündigungen und Einsendungen.

Die Textbeiträge zu aktuellen Ausstellungen, Publikationen und Arbeitsgruppen sollen sich an Kolleginnen und Kollegen in den Museen und Ausstellungshäusern richten. Interessante Aspekte dabei sind Übernahmemöglichkeiten, Publikationen, Veranstaltungen und Kontakte.

Text (Umfang: max. 1.000 Zeichen) und Bild gerne an: sabina.lessmann@bonn.de

Ist das möglich? Experimentier-Ausstellung für Kinder, Jugendliche und Familien im LVR-Industriemuseum Engelskirchen

3.4.2014 – 26.10.2014

Balancieren über eine Slackline, Gewichtheben mit einer riesigen Hantel oder das Testen eines strahlengeschützten Portemonnaies – all das bietet die interaktive Sonderausstellung „Ist das möglich?“ des LVR-Industriemuseum im Kraftwerk Ermen & Engels in Engelskirchen. Die Ausstellung stellt auf spielerische Weise verblüffende Eigenschaften von Papier, Metall und Textil, aber auch moderner Hightech-Materialien vor. Im Mittelpunkt stehen sowohl jüngste Innovationen der Materialwissenschaft als auch schon länger genutzte Phänomene, bei denen man sich fragt: Ist das wirklich möglich? Dies erforschen die Besucherinnen und Besucher an Mitmachstationen experimentell-interaktiv selbst.

Die Ausstellung „Ist das möglich?“ richtet sich speziell an Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufen I. Die Jugendlichen werden vom witzigen Design und den skurrilen Geschichten rund um Rekorde und historischen Anekdoten begeistert sein, denn die ganze Ausstellung ist als eine etwas schräge Quizshow im Charakter eine TV-Show angelegt. Der Ausstellungsbesuch schließt mit einem gemeinsamen Quiz, mit Buzzern, Showmaster und allem Drum und Dran. So werden Ehrgeiz und Forschergeist geweckt.

www.istdasmoeiglich.lvr.de

Erzähl mir doch (k)ein Märchen! Eine interaktive Ausstellung zu sieben Märchen der Gebrüder Grimm

2.1. – 7.12.2014 im MACHmit! Museum für Kinder



Die Ausstellung „Erzähl mir doch (k)ein Märchen!“ im MACHmit! Museum für Kinder lädt zu einer Wanderung durch die Märchenwelt der Gebrüder Grimm ein – denn Märchen machen schlau und stark! Märchen faszinieren heute wie damals gleichermaßen, denn sie erzählen von Liebe, Freundschaft, Familie, Angst, Tod, Hass und Eifersucht – von Themen, die Menschen zu allen Zeiten bewegen. Sie zeigen uns, wie wir gut zusammenleben können, in einer Gesellschaft, Familie, Schulklasse oder Kitagruppe und helfen dabei, sich und die Welt besser zu verstehen. Die Ausstellung richtet sich an Kinder zwischen 4 und 12 Jahren und verbindet drei Erfahrungsebenen: Im Märchenwald können die Besucher spielerisch in die Märchenwelt eintauchen, sich wie Rotkäppchen einen Korb packen, mit Aschenputtel Linsen sortieren, Frau Holle beim Brotbacken helfen, die Bremer Stadtmusikanten besuchen, im Hexenhaus mit Hänsel und Gretel spielen ... und sich den Märchenfiguren ganz nahe fühlen! Die OSTKREUZ-Fotokunst wirft neue Fragen zu alten Geschichten auf: Warum sitzt der Wolf auf einem Fußballtor? 13 Frauen – aber welches ist die böse Fee?! Die Fotografien der OSTKREUZ-Studenten aktualisieren die Märchen und geben den Besuchern Impulse, Interpretationen zu den Mär-

chen für heute zu finden. Schließlich geben die Märchen auch Anlass, sie nach den UN-Kinderrechten zu hinterfragen. Denn wie geht es den Märchenfiguren eigentlich? Was bräuchten sie, um glücklich zu sein? Auch wenn die UN-Kinderrechte zur Zeit der Entstehung der Grimm'schen Märchen noch nicht festgesetzt waren, geht es doch beispielsweise darum: Alle Kinder sind gleich viel wert!

MACHmit! Museum für Kinder
www.machmitmuseum.de

Das essen wir. Wir essen Reis

Die Erlebnisausstellung im JuniorMuseum des Ethnologischen Museums ist bis zum Sommer 2015 verlängert worden. Sie ist ein einzigartiges interaktives Angebot der Staatlichen Museen zu Berlin für Kinder von 4 bis 8 Jahren und ihre Familien und Freunde.

Warum wächst Reis im Wasser und welche Tiere wohnen in einem Reisfeld? Was ist eine Reisgöttin und wem wird Reis als „Götterspeise“ geopfert? Morgens, mittags und abends Reis essen – ist das nicht langweilig? Antworten auf diese Fragen können kleine und große Besucher im JuniorMuseum mit allen Sinnen entdecken. Die Ausstellung bietet Gelegenheit zum Spielen und Forschen, zum Erleben, Ausprobieren und Entspannen mit allen Sinnen. Aufspielerische Weise wird vermittelt, wie Reis angebaut und verarbeitet wird und warum Reis so wichtig für die Menschen in Südostasien ist. Vom Samen bis zur Pflanze, vom ungeschälten Korn bis zum gekochten Reisgericht erfährt man hier alles rund um das kleine Korn. In der ausstellungseigenen Küche können Reisgerichte gekocht und gegessen werden.

Ort: JuniorMuseum in den Museen Dahlem, Eingang Arnimallee 25
Öffnungszeiten: Samstag und Sonntag von 11–18 Uhr, Workshop für Familien mit Kindern 4–8 Jahre jeden 2. und 4. Sonntag im Monat nach Anmeldung; Anmeldung für Gruppen Dienstag bis Freitag 10–17 Uhr unter: 030-266 424242, service@smb.museum

Urs Rietmann stellt zur Diskussion: Eigentlich stellen wir keine Kinder aus.

Kindermuseum ist ein etwas unglücklicher Name. Wir stellen keine Kinder aus. Wir stellen auch nichts für Kinder aus. Im Gegenteil. Wenn wir ehrlich sind, ist unser Ziel nicht die Vermittlung von Kunst. Diese erscheint uns eher als Mittel zum Zweck beglückender Erfahrungen der eigenen gestalterischen Kompetenz. Unsere zwölf freien Mitarbeitenden, viele davon Künstlerinnen und Künstler, be-

schäftigen in unseren Ateliers jährlich 10.000 Kinder mit Farbe, Gips und Jute; vor allem aber sollen sie kleine und große Menschen beim Vorsatz unterstützen, sich mit Mut und Fantasie in einer komplexen Welt zu verorten. Offen gestanden geht es uns nicht einmal vor allem um Paul Klee. Wichtiger ist uns Pestalozzi und damit der Versuch einer Verschränkung von Kopf, Herz und Hand. Streng genommen unterwandern wir also unser Leitbild. Was dabei entsteht, betrachten wir als Bereicherung und als Mehrwert. Dieser produktive Gap zwischen

Soll und Ist interessiert uns. Wie sieht es bei euch aus? Was sollt und was tut ihr? Über kurze Zuschriften freut sich das

Kindermuseum im Zentrum Paul Klee, Bern
Urs Rietmann, Leiter Kindermuseum
Creaviva
urs.rietmann@zpk.org
Kindermuseum Creaviva
Zentrum Paul Klee
Monument im Fruchtländ 3
CH – 3000 Bern 31
www.creaviva-zpk.org
www.creaviva.org



**Bundesverband
Museumspädagogik e.V.**

www.museumspaedagogik.org
Bundesgeschäftsstelle des BVMP e.V.
Anja Hoffmann
LWL-Industriemuseum
Westfälisches Landesmuseum
für Industriekultur
Grubenweg 5
44388 Dortmund
fon 0231-69 61 139
anja.hoffmann@lwl.org

Baden-Württemberg

www.bw.museumspaedagogik.org
Verein für Museumspädagogik
Baden-Württemberg e. V.
Heike Vogel
Zeppelin Museum Friedrichshafen GmbH
Seestraße 22
88045 Friedrichshafen
fon 07541-3801-40
fax 07541-3801-81
info@bw.museumspaedagogik.org

Bayern

www.bayern.museumspaedagogik.org
Landesverband Museumspädagogik
Bayern e.V.
Dr. Martin Gebhardt
c/o cultheca – kulturpädagogik und
kommunikation
Drei-Kronen-Gasse 2
93047 Regensburg
Fon: 09191-625 73 98
info@bayern.museumspaedagogik.org

Norddeutschland

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

Ostdeutschland

www.ost.museumspaedagogik.org
Arbeitskreis Museumspädagogik
Ostdeutschland e.V.
Tanja Petersen
Pflügerstraße 80
12047 Berlin
fon: 030-6141951
info@ost.museumspaedagogik.org

Rheinland-Pfalz/Saarland

www.rpsl.museumspaedagogik.org
Landesverband Museumspädagogik
Rheinland-Pfalz/Saarland e.V.
Sascha Boßlet
Deutsches Zeitungsmuseum
Am Abteihof 1
66787 Wadgassen
fon 068 34-942 311
bosslet@deutsches-zeitungsmuseum.de

Rheinland und Westfalen

www.nrw.museumspaedagogik.org
Landesverband Museumspädagogik
NRW e.V.
Dr. Simone Mergen
Haus der Geschichte der Bundesrepublik
Deutschland
Willy-Brandt-Allee 14
53113 Bonn
fon 02402-82 760
info@nrw.museumspaedagogik.org