

Standbein

Spielbein

Museumpädagogik aktuell | 1 2021

Raumgreifend 115
Dimensionen von Raum in der musealen Vermittlung



BUNDESVERBAND
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.

SAVE-THE-DATE!

08. – 10. Juli 2021

INTER. AKTION

Praxis, Innovation und
Forschung in interaktiven
Ausstellungen



FACHTAGUNG INTER.AKTION 2021

Ausstellungen werden heute vielfach als „interaktiv“ bezeichnet. Doch was ist damit genau gemeint? Was zeichnet Interaktion aus? Was macht interaktives Lernen attraktiv? Welche Spielarten und Varianten der Interaktivität haben sich in den letzten Jahren entwickelt?

Diesen Fragen widmet sich die Fachtagung INTER.AKTION in einer dynamischen Mischung aus Vorträgen, Workshops, Praxisbeispielen und hochkarätigen Diskussionen.



WEITERE INFORMATIONEN UNTER:
interaktion.experimenta.science

experimenta gGmbH, Experimenta-Platz, 74072 Heilbronn, T +49 (0) 71 31 / 887 95 - 254,
inter.aktion@experimenta.science

Analog, digital und hybrid

Bildung und Vermittlung in Zeiten der Pandemie



Elke Kollar, 1. Vorsitzende
des Bundesverbands
Museumspädagogik e.V.

Nach wie vor bestimmt Covid-19 alle Bereiche des Lebens, die Eindämmung der Pandemie fordert von uns allen weitreichende Einschränkungen. Doch dürfen Museen nicht auf eine reine Unterhaltungsfunktion verkürzt werden, da dies weder ihrer Arbeit, noch ihrem Selbstverständnis gerecht wird. Dies haben wir in einer Stellungnahme im November 2020 deutlich herausgestellt. Denn: Museen leisten weit mehr. Sie sind wichtige Bildungsorte und müssen als solche wahrgenommen und behandelt werden. Dann können sie gerade auch in der aktuellen Zeit einen wichtigen Beitrag zur Bildungs- und Teilhabegerechtigkeit leisten. Dies haben wir gemeinsam mit der Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung BKJ und weiteren Partner*innen im offenen Brief *Gemeinsame Initiative für eine Zukunftsallianz für die Jugend* an Bundeskanzlerin Angela Merkel und die Ministerpräsident*innen der Länder nachdrücklich als Angebot an die Politik formuliert.

Immer deutlicher tritt zudem die prekäre Situation der vielen selbständig für Museen Tätigen zutage. Da wir Bildung jedoch als Kernaufgabe von Museen sehen, unterstützen wir eine Petition der Hamburger Museumspädagog*innen zur Aufnahme in die Künstlersozialkasse. Darüber hinaus setzen wir uns in der *Gemeinsamen Erklärung zur freiberuflichen und selbständigen Tätigkeit für Museen* mit dem Bundesverband freiberuflicher Kulturwissenschaftler e.V., dem Deutschen Museumsbund e.V. sowie weiteren Partner*innen für eine faire Zusammenarbeit auf Augenhöhe ein. Die Erklärung finden Sie auf unserer Webseite sowie hier im Heft publiziert. Dabei ist uns zugleich die Stärkung der Bildungs- und Vermittlungsarbeit in den Häusern selbst ein wichtiges Anliegen.

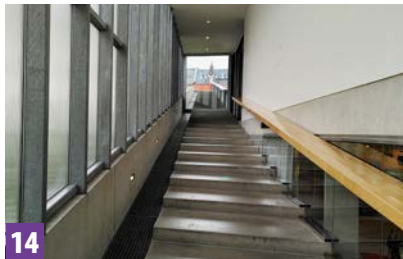
Der Themenschwerpunkt des vorliegenden Hefts widmet sich dem Raum als vielfältige Dimension musealer Vermittlung. Eigentlich sollten die entsprechenden Fragen live und vor Ort Ende 2020 in Hamburg diskutiert werden, doch mussten auch wir kurzfristig unsere Tagung in ein digitales Format umwandeln. Es schien uns jedoch nicht zielführend, ein für den analogen Raum geplantes Format schlicht ins Digitale zu übertragen. Deshalb haben wir im Dezember bei unserer ersten Online-Tagung das Thema Raum zwar weiter im Fokus behalten, doch die inhaltliche Ausrichtung auf den digitalen Raum verlagert. Die große Resonanz bestätigte unseren Ansatz: Über 350 Teilnehmer*innen nahmen an den Vorträgen, Workshops und Sessions teil. Die Inhalte der geplanten Hamburger Tagung finden Sie nun in diesem Heft vorgestellt, die Fragen nach der Vermittlung im und mit dem digitalen Raum stehen dann in der Ausgabe 2/2021 im Mittelpunkt.



9

THEMA

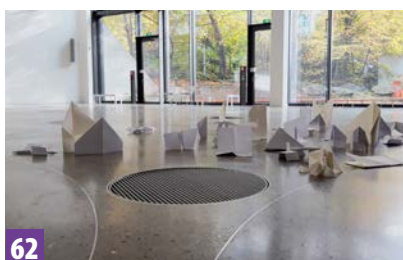
- 6 **M. Hamann/ M. Klein/ E. Kollar**, Mittendrin! Raum als Dimension der musealen Vermittlung
- 9 **Duygu Örs**, Vermittlungspraktiken in der Stadt verorten
- 14 **Theresia Leuenberger**, Inklusive Museumsarchitektur
- 19 **Interview mit Aat Vos**, Die Feinheiten und Feinheiten der Gestaltung Dritter Orte
- 25 **J. Hagenberg/ K. Benbrahim/ E. Busch**, Ein Gespräch über den OPEN SPACE in der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen
- 30 **Heike Kropff**, Haus Bastian
- 35 **Olivia Griese/ Simone Mergen**, Chillen, Surfen, Arbeiten in der Lounge
- 40 **Beate Lohner**, Bauen und Wohnen
- 44 **Christiane Lindner**, Von Open Spaces zu digitalen Räumen
- 48 **Regina Cosenza Arango**, Museale Räume als soziale Aushandlungsorte
- 52 **Interview mit T. Beyerle/ S. Oldenburg/ N. Groß/ T. Walther und A. Römer**, Das Museum für Kunst & Gewerbe, die Nachbarschaft und der Versuch einer Öffnung
- 57 **Hans Lochmann**, Breite Netzabdeckung
- 62 **Dörte Wiegand**, Architektur mit allen Sinnen
- 64 **Judith Mayer**, Die Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße in Erfurt
- 67 **Harald Schlüter**, Kirchen sind mehr als Raum
- 69 **Uta Piereth**, Von der Ruine zum Bürgerlebnis
- 72 **Yvonne Krause**, Menschen – Zeiten – Räume



14



25



62



64

- 75 **Frauke Untiedt**, Die Stadt mit offenen Armen empfangen
- 77 **Oliver von Wrochem**, Nationalsozialistische Verfolgung und Deportationen in der Hamburger HafenCity
- 79 **Ursula Richenberger**, Der Hafen als Raum
- 82 **Gabriel Schimmeroth**, Der Zwischenraum – A Space Between

AUS DER PRAXIS

- 84 **Irina Fritz/ Traudel Weber**, Freies Erkunden des musealen Raums durch Entdeckerkarten
- 90 **Regina Rüdebusch/ Lena Schmiedl**, Mit Kindergartenkindern ins Museum
- 96 **Diana Wenninger**, Die Manns und wir. Vier Jahre Co-Kuratieren am Buddenbrookhaus
- 101 **Ann-Katrin Adams/ Anne Gemeinhardt**, Erzählcafé für Menschen mit Demenz
- 107 **Justin Klein/ Simon Matzerath**, Hemmschwellen, Meinungen und Perspektiven bei Nicht-besucher*innen

AUS DER FORSCHUNG

- 113 **Lorenz Kampschulte/ Andrea Geipel**, Museums-Apps in Deutschland
- 121 **Rezensionen**

POSITIONEN

- 122 Gemeinsame Erklärung zur freiberuflichen und selbständigen Tätigkeit für Museen



Impressum

Herausgeber: Bundesverband
Museumspädagogik e.V.
www.museumspaedagogik.org

Geschäftsstelle:
c/o Museum Schwedenspeicher
Hans-Georg Ehlers
Wasser West 39
D-21682 Stade

Chefredaktion: Romy Steinmeier
Eidelstedter Weg 63a
D-20255 Hamburg
E-Mail: romy.steinmeier@gmx.de
Redaktioneller Beirat:
Heike Herber-Fries und
Dr. Hannelore Kunz-Ott
Themenredaktion: Korinna Ammon
Redaktion Forschung:
Prof. Dr. Tobias Nettek

Gestaltung:
typografik, Michael Schulz, Hamburg
Druck: MOD Offsetdruck GmbH, Dassow

Erscheinungsweise:
2x jährlich; Jahresabo 22,- €/
Ausland 24,50 €;
Einzelheft 11,50 €/ Ausland 12,50 €
Für Mitglieder des Bundesverbands
Museumspädagogik e.V. ist der Bezug
der Zeitschrift im Mitgliedsbeitrag
enthalten.

ISSN 0936-6644 © BVMP e.V.
Die Artikel geben nicht
notwendigerweise die Meinung des
Herausgebers und der Redaktion wieder.
Alle veröffentlichten Beiträge sind
urheberrechtlich geschützt.

Die nächste Ausgabe erscheint
im November 2021.
Redaktions- und Anzeigenschluss
ist der 15. August 2021.

Umschlagfoto: Kubus Friedliche Revolution,
© Stiftung Ettersberg



Mittendrin! Raum als Dimension der musealen Vermittlung

Matthias Hamann/ Miriam Klein/ Elke Kollar

Die Soziologie beschreibt es prägnant: Räume entstehen durch soziales Handeln, und das soziale Handeln wiederum ist abhängig von räumlichen Strukturen. Doch was bedeutet dies konkret für eine zeitgemäße Bildungs- und Vermittlungsarbeit? Wie Museen wahrgenommen werden und inwieweit sie erfolgreich wirken können, hängt nicht zuletzt von ihrer (sozialen) Gestaltung ab. Zudem positionieren sich Museen zunehmend als gesellschaftliche Handlungsräume, die nicht unabhängig von ihren jeweiligen sozialräumlichen (urbanen oder ländlichen) Kontexten agieren können. Das vorliegende Themenheft diskutiert in einem interdisziplinären Ansatz verschiedene Dimensionen von Raum und verknüpft dabei theoretische mit praktischen Perspektiven.

Die folgende Beispielsammlung ließe sich noch lange fortsetzen. Sie deutet an, wie vielfältig die Faktoren sind, die die Bildungs- und Vermittlungsarbeit nachhaltig prägen:

- Eine neugierige Familie betritt das Foyer und steht unmittelbar vor dem Kassentresen. Sie hätte sich gerne ein wenig umgesehen, ein wenig geschnuppert. Doch sofort 25 Euro Eintritt bezahlen, ohne zu wissen, was sich hinter den Türen verbirgt? Sie verlassen mit beschämter Miene das Museum.
- Zu Beginn eines Projekts werden die Teilnehmer*innen in den Innenhof eines Schlosses gebeten. Spontane Reaktion eines 15-jährigen Jungen und Ausgangspunkt für eine wunderbare Diskussion über Architektur und ihre (intendierten) Wirkungen: »Ja und, soll ich jetzt etwa beeindruckt sein oder was?«
- In einem Jugendbeirat äußern drei Schülerinnen den Wunsch, dass sie im Museum einen Ort finden, an dem sie auch mal laut sein dürfen und sich austauschen können, wo sie sich mit Freunden verabreden können, wo sie sich aufhalten können. Dies wäre für sie ein Grund, das Museum in ihrer Freizeit zu besuchen.
- Die Bewertung einer Veranstaltung fiel bei einer Teilnehmerin vernichtend aus: Sie vergab null von vier möglichen Punkten. Ihre Begründung: Es sei schlichtweg so kalt gewesen im Museum, dass sie nichts anderes mehr wahrgenommen habe.

Zugleich sind Diskussionen um sogenannte Dritte Orte virulent, ein Konzept, das auf Homi K. Bhabhas »Third Spaces« als abstrakte Denkräume rekurriert. Dieses Konzept kann in der Bestimmung eines Museums als Dritter Ort konkrete räumliche Verortung erfahren. In der Praxis ist dies in konsequenter Form bislang eine (kaum

realisierte) Vision. Für Tyradellis geht es dabei um Begegnungen und Freiräume: »Ich plädiere für eine Wahrnehmung des Mediums Ausstellung als ›Dritter Ort‹, einem, an dem die unterschiedlichsten Menschen mit unterschiedlichsten Interessen und Vorwissen zueinanderkommen und jeder seine Erwartungen davon mitbringt, was an diesem Ort zu erleben ist.«¹ Ausstellungen sind für ihn nicht per se solche Orte, könnten sie aber sein. Erprobt werden von Museen jedoch eher Modelle in kleinerem Maßstab mit angedockten Orten wie Foyers oder Laboren.

Darüber hinaus prägt das Verständnis, dass das Museum nicht vor der eigenen Tür endet, zunehmend die Bildungs- und Vermittlungsarbeit, aber auch das Selbstverständnis der Häuser. Dies meint nicht alleine Outreach-Maßnahmen oder digitale Angebote, sondern berührt auch unmittelbar Fragen nach der gesellschaftlichen Verortung und Verankerung von Museen.

Das vorliegende Heft nähert sich dem Thema Raum als Dimension musealer Vermittlung systematisch. Die ersten drei Beiträge öffnen Perspektiven auf das Thema Raum aus verschiedenen Disziplinen (Beiträge von Duygu Örs, Theresia Leuenberger und Aat Vos). Macht und Ausschlussmechanismen werden hier ebenso thematisiert wie (Aus-)Wirkungen der architektonischen Gestaltung und ihre (soziale) Planung.

Im zweiten Themenblock geht es um die Verortung des Museums in der Gesellschaft. Sechs konkrete Praxisbeispiele (Karima Benbrahim/ Eva Busch/ Julia Hagenberg, Heike Kropff, Simone Mergen/ Olivia Griesse, Beate Lohner, Christiane Lindner und Regina Cosenza Arango) stellen zunächst neue Raumkonzepte in Museen vor. Sie positionieren Museen als gesellschaftliche Denk-, Handlungs- und Begegnungsräume und fragen dezidiert nach musealen Räumen und ihrer Rolle für die Gesellschaft. Ergänzt wird diese Perspektive durch die Frage nach dem Raum um das Museum herum, also die Frage nach der Verankerung des Museums und seinem Wirken in das unmittelbare Umfeld und die Gesellschaft hinein. Hier werden insbesondere der urbane (Tulga Beyerle/ Nina Lucia Groß/ Silke Oldenburg/ Alexander Römer/ Tilman Walther) und der ländliche Raum (Hans Lochmann) betrachtet.

Anschließend steht das Zusammenspiel von Raum und Vermittlungshandeln im Fokus. An praktischen Beispielen aus verschiedenen Museumssparten wird der Raum als Inhalt der Vermittlung in den Blick genommen (Dörte Wiegand, Judith Mayer, Harald Schlüter und Uta Piereth). Abschließend stellen verschiedene Hamburger Einrichtungen ihren spezifischen Umgang mit dem Thema Raum dar (Yvonne Krause, Frauke Untiedt, Oliver von Wrochem, Ursula Richenberger, Gabriel Schimmeroth).

Ursprünglich war geplant, das Thema *Mittendrin! Raum als Dimension musealer Vermittlung* im Rahmen der Jahrestagung des BVMP 2020 zu diskutieren, die im Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg stattfinden sollte. Aufgrund der Covid-19-Pandemie konnten wir sie nicht vor Ort realisieren. Wir danken allen Hamburger Kolleg*innen ganz herzlich für die Offenheit, uns als Gäste aufzunehmen! Die geplanten Beiträge der Hamburger Tagung finden sich nun hier im Heft veröffentlicht.



Dr. Matthias Hamann
hamann@museums paedagogik.org

Matthias Hamann ist Direktor des Museumsdienstes Köln. Arbeitsschwerpunkte: Museums- und Kulturmanagement, Museums- und Kulturpädagogik, Kommunikation, kommunale und regionale Netzwerke. Stellvertretender Vorsitzender des Bundesverbands Museumspädagogik e.V. und Vorsitzender des Landesverbands Museumspädagogik NRW e.V.; Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen.

Miriam Klein
klein@museums paedagogik.org

Miriam Klein ist Museumspädagogin am Museum und Forum Schloss Homburg und Schriftführerin im Bundesverband Museumspädagogik e.V.



Dr. Elke Kollar
kollar@museums paedagogik.org

Elke Kollar ist Abteilungsleiterin Kommunikation und Referatsleiterin Kulturvermittlung am Badischen Landesmuseum Karlsruhe. 2010–2019 Referentin für Kulturvermittlung an der Klassik Stiftung Weimar; Lehraufträge an (Fach-)Hochschulen; Erste Vorsitzende des Bundesverbands Museumspädagogik e.V.

- 1 Vgl. Tyradellis, Daniel: *Müde Museen. Oder: Wie Ausstellungen unser Denken verändern könnten*. Hamburg 2014, S. 22.



Vermittlungspraktiken in der Stadt verorten

Räume neu denken, Räume schaffen

Duygu Örs

Wenn wir Perspektiven öffnen wollen auf das Thema Raum, dann lohnt es sich, die Stadt als öffentlichen Raum aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten. In Theorie und Praxis wird dargestellt, was eine bewusste Verortung der musealen Räume im städtischen Raum bewirken kann, wie dabei spezifische Diskurse aus der Stadtforschung als Organisationansätze dienen können und was diese Orientierung in der Praxis für die Vermittlung im Rahmen der 11. Berlin Biennale im Jahr 2020 bedeutete.

Hoch hinaus, Workshop
für die Kinder der Nach-
barschaft mit Florian
Gass und Mirja Reuter
Foto: Matthias Völzke

Die Berlin Biennale für zeitgenössische Kunst wird ab der Bekanntmachung der kuratorischen Leitung zum Thema zahlreicher nationaler und internationaler Medienberichte. Damit wird sie immer wieder aufs Neue Teil eines Kunstdiskurses, der insbesondere im Kontext von zeitgenössischer Kunst kosmopolitisch geprägt ist. Alle zwei Jahre zieht sie eine mobile Klasse von Expert*innen und Tourist*innen



nach Berlin, die speziell für die Ausstellung und ihr Programm anreisen. Die Kunst-Werke Berlin e.V. – Institute for Contemporary Art (KW) in Berlin-Mitte sind ihr fester Ausstellungsstandort. Zu jeder Biennale kommen temporär noch zwei bis drei weitere Ausstellungsorte in verschiedenen Bezirken hinzu. So erhebt sich die Biennale für eine Laufzeit von ca. drei Monaten zu einem Ereignis über die ganze Stadt. Doch wie viel Stadt steckt in der Berlin Biennale und in musealen Räumen allgemein? Von welchem Berlin sprechen wir in diesem Kontext, wer gestaltet es, wer nimmt daran teil, wer bleibt ausgeschlossen? Solche aus stadthanthropologischer Sicht gestellten Fragen können die Ausgangslage für die Praxis in der Kunstvermittlung bilden.

Museale Räume als urbane Räume

Man kann sich einer Stadt aus unterschiedlichen Perspektiven annähern, ihre materiellen Bedingungen wie ihre Architektur und Infrastrukturen anschauen, sich fragen, welche Akteur*innen, Diskurse, Bilder und Vorstellungen zu ihrer Produktion beitragen und nach ihren Machtverhältnissen und gesellschaftlichen Strukturen suchen.¹ Verschiedene Alltagsrealitäten und Wahrnehmungen treffen in ihr als »ein Raum, der kontinuierlich mittels kultureller Praktiken verhandelt wird«², aufeinander.

Einladungsflyer für die
Nachbarschaft

Foto: Duygu Örs



In dieses Stadtgefüge sind auch museale Räume als periphere Orte eingeschrieben, sog. Urban Commons, urbane Gemeingüter, die sich im Allgemeinen mit zwei Elementen definieren lassen: »the wealth we own in common and the power to create and control these ›things‹ collectively«.³ Diese Räume – und damit ihre materiellen sowie immateriellen Ressourcen – sind demnach Kollektivgüter, bei denen es nicht allein um einen gleichberechtigten Zugang, sondern auch um die Möglichkeit einer Mitgestaltung, um das Recht auf diese Räume geht. Wir finden diesen Ansatz auch in Nora Sternfelds Überlegungen zum radikaldemokratischen Museum wieder.⁴ Den Entstehungsmoment moderner Museen führt sie auf ein politisches Moment zurück, das der Französischen Revolution und der damit einhergehenden Übereignung der gesamten Kunstsammlung an das Volk. Doch wie viel ist von diesem Anfangsethos heute noch übriggeblieben? Sofern der Eintrittspreis gezahlt wird, stehen Museen zwar immer noch allen offen, doch wer spricht in ihnen?

»Was gilt als Geschichte, als Kunst, als das Ganze der Gesellschaft? Welche Identitäten und Ausschlüsse werden dabei konstituiert? Kurz: Wem gehört das Museum? Wer bleibt ausgeschlossen? Und welche Ausschlüsse werden dabei legitimiert?«⁵

Die Vermittlung in diesen Rahmen zu setzen bedeutet, an Praktiken zu arbeiten, die stets an diesem Grundverständnis festhalten und museale Räume als öffentliche Räume in den unterschiedlichsten Kontexten herausfordern. Bei der 11. Berlin Biennale erprobten wir dies mit einem ganzheitlichen Ansatz auf ein öffentliches Programm⁶, das sich der Vielzahl städtischer Gesellschaften bewusst war, sie mit ihren verschiedenen Erfahrungen, Wünschen und Bedürfnissen anerkannte und entsprechende Räume schuf. Diese Angebote versuchten, das Recht auf die musealen Räume einer Biennale vielschichtig zu verhandeln. Wir setzten bei der Frage an, wie und ob Einladungen im Sinne einer Kommunikation funktionieren.

Einladungen räumlich denken

Informationen zu aktuellen Ausstellungen werden z.B. über Plakatierungen im Stadtraum, Posts auf diversen Social-Media-Kanälen, Anzeigen in Magazinen und diverse Newsletter verbreitet. Auffallend ist, dass bei zeitgenössischen Kunstausstellungen der Fokus der Informationsvermittlung häufig auf der künstlerischen Gestaltung und ästhetischen Erfahrung weniger Wörter liegt. Potenzielle Besucher*innen, die auf Erfahrungen aus der Kunst- und Kulturszene zurückgreifen können, werden das Design dieser visuellen Ansprache empfangen. Sie wissen, dass – auch wenn auf dem Plakat beispielsweise kein Kunstwerk abgebildet ist – es sich um eine Kunstausstellung handelt. Möglicherweise kennen diese Personen die einladende Institution schon, können anhand des Logos und kurzen Textes die Informationen zu der anstehenden Ausstellung zuordnen. Ihr Blick ist für diese Art der Kommunikation bereits geschult. Für Menschen, die in diesem Zusammenhang kein Erfahrungsrepertoire haben, funktioniert die Einladung jedoch nicht. Sie ist codiert, sie impliziert, dass jede Person weiß, was eine Biennale ist und welche Art von Angeboten damit verbunden sind.

Ähnlich funktioniert auch die Informationsvermittlung über einen Newsletter oder einen Social-Media-Post. Sie braucht einen Erfahrungshintergrund, da man sich für diesen bereits zuvor angemeldet haben bzw. den teilenden Kanälen folgen muss. Die generelle Informationsvermittlung zeigt, dass die Einladung zum Besuch des Kunstraums nur von einer bestimmten Öffentlichkeit empfangen werden kann. So wird noch vor dem Gang in die musealen Räume ein nicht physischer Einladungsraum geschaffen, der exklusiv ist und unterschiedliche Wirkungen hat. Während er einige einlädt, öffnet er sich für andere erst gar nicht, die Einladung scheint »atmosphärische Wände« zu kreieren, die laut Sara Ahmad nur einigen erscheinen und anderen nicht.⁷

Als die 11. Berlin Biennale bereits ein Jahr vor dem großen Epilog im Sommer einen Projektraum auf dem ExRotaprint-Gelände im Berliner Stadtteil Wedding eröffnete, wünschte sich das kuratorische Team eine Verbindung mit der lokalen Nachbarschaft. Auf der Suche nach möglichen Kooperationspartnerschaften ging ich persönlich zu Erstgesprächen bei Initiativen oder Schulen vorbei. Trotz positivem Verlauf änderte sich oft die Stimmung des Gesprächs, sobald ich die schriftlichen Informationen auf dem Briefpapier der 11. Biennale überreichte. Eine Grund-

schulsekretärin antwortete: »Das sieht aber nach einem kostspieligen Spaß aus, Geld haben wir nicht!«. Die materielle Beschaffenheit dieser Einladung – das Papier, das Design, meine Visitenkarte, der Name der Institution – ließ sie zu ihrer Vermutung kommen.

Nach diesen Erfahrungen passten wir den Raum, den die Einladungen aus der Vermittlung öffnen sollten, an. Statt Visitenkarten auszugeben, stellte ich Infoblätter bereit, die nicht dem institutionellen Design entsprachen. Im Vermittlungsteam reflektierten wir kontinuierlich diesen Prozess, wobei wir insbesondere dem individuellen, unterschiedlich situierten Wissen eine besondere Stellung für die Gestaltung von Einladungen und Angeboten gaben. Wir informierten die Nachbarschaft mit Aushängen in den Hauseingängen in einer speziell an Kinder gerichteten Sprache auf buntem Papier und in deren Augenhöhe. Für Workshops ermöglichten wir Anmeldungen über WhatsApp, da wir wussten, dass ein E-Mailkontakt für die meisten aus dieser Nachbarschaft nicht vertraut ist. Anfangs stellten wir zum Arbeiten den Tisch vor den Ausstellungsraum – von der Straße aus sichtbar. So kamen wir mit Familien aus der Nachbarschaft ins Gespräch, klingelten bei ihnen zu Hause, um Bescheid zu geben, dass wir jetzt wieder da sind und die Kinder vorbeikommen könnten. Über die klassischen Kommunikationswege hätten wir diese Besucher*innen niemals erreicht. Doch eine barriereärmere Herangehensweise genügt noch nicht. Auch die Frage, zu was eigentlich eingeladen wird, ist einen kritischen Blick wert.

Vermittlungsräume nach außen tragen

Hat eine Person die Information über die Ausstellung empfangen und kommt dieser Einladung nach, so folgt der Gang zum Ausstellungsort, meist imposante Gebäude mit schweren Türen oder Räumlichkeiten mit fragilen gläsernen Wänden und Türen. Letzteres war beim Projektraum der Biennale der Fall. Nur bei gutem Wetter stand die Tür auf, ansonsten war der Eintritt in den Raum nur durch das Bedienen einer Klingel möglich. In einer Nachbarschaft, in der die meisten Anwohner*innen wenig bis keine Erfahrungen mit Ausstellungsbesuchen haben, können auch eine Klingel, das Design einer Eingangstür oder sogar Sprachen, die dort gesehen und gehört werden, Hemmschwellen sein. Mit der Pandemie kamen weitere Barrieren für einen Ausstellungsbesuch hinzu: limitierte Anzahl der Besucher*innen und Online-Reservierung. Die Räume wurden mit den Hygienemaßnahmen noch exklusiver als sie zuvor schon waren.

Wir erprobten Möglichkeiten, Vermittlungsmomente zu schaffen, die diesen Dynamiken entgegenwirkten. Rüzgâr Buşki und Hannah Kirmes-Daly bauten in einem benachbarten kleinen Park der daadgalerie (einem Standort der 11. Berlin Biennale), die mobile Siebdruckwerkstatt *Şipşak Druck* auf, bei der Aspekte aus den Werken einiger Künstler*innen der Biennale aus den musealen Räumen heraus in die Stadt getragen wurden. Riako Napitupulu und Carla Romero eröffneten auf demselben Platz ein kleines Stoffstudio; bei *it's knot art* ging es darum, Kleidungsstücke zu knüpfen und sich über diese als materielle Objekte des Widerstands auszutauschen. In der Nachbarschaft der KW projizierten Adi Liraz und Alexia Manzano in einem Hilfsverein für wohnungslose oder von Wohnungslosigkeit bedrohte Menschen einige der ausgestellten Kunstwerke und Videoarbeiten mit einem klei-

nen Beamer und starteten so bei Tee und Kaffee Gespräche, die beim anschließenden spontanen Ausstellungsbesuch vertieft wurden. Diese Momente der urbanen Dialoge wurden in keinem der Biennale-Medien angekündigt und schafften es so, Menschen aus verschiedenen Gesellschaften Berlins zu erreichen. Passant*innen, Parkbesucher*innen oder Ratsuchende wurden ohne vorherige Anmeldung somit Teil eines Biennale-Moments. Die pandemiebedingt limitierten Teilnahmeplätze wurden auf diese Weise anders vergeben.

Recht auf Stadt – Recht auf Museum?

Dieser Einblick skizziert museale Vermittlung, die bewusst Format, Räume und Lokalisierungsverständnisse einer Biennale herausforderte. Sie kann als räumliche Vermittlung verstanden werden: Ihre Praktiken des Einladens und Vermittelns sind politisch motiviert, orientieren sich an der Sicherstellung des Zugangs zu musealen Räumen und ihrer symbolischen sowie ökonomischen Ressourcen für mehr als nur eine begrenzte Öffentlichkeit. Dabei geht es nicht um ein pädagogisches Begleitprogramm für diejenigen, die scheinbar nicht zu einer musealen Öffentlichkeit zählen, sondern darum, auf diese Räume, in denen das Zeitgenössische verhandelt wird, aufmerksam zu machen. Das angebotene Programm ist daher keineswegs als ein erfolgreich abgeschlossenes zu feiern. Eine Vermittlungsarbeit, die das Prinzip eines Rechts auf Stadt auch in museale Räume umsetzt, arbeitet daran, einzelne Akteur*innen für eine Forderung auf Mitgestaltung zu aktivieren, mit einer »Vision des Wandels, der die Umverteilung materieller, sozialer, politischer, kultureller und symbolischer Ressourcen umfasst«.⁸



Duygu Örs
do@berlinbiennale.de

Duygu Örs, Kulturwissenschaftlerin mit Fokus auf Urban Studies, ist als Projektmanagerin für Bildung & Vermittlung bei der Berlin Biennale und den KW Institute for Contemporary Art tätig.

- 1 Vgl. Wildner, Kathrin: *Inventive Methods: Künstlerische Ansätze in der ethnographischen Stadtforschung*. In: *EthnoScripts*, Zeitschrift für aktuelle ethnologische Studien, 17(1), 2015, S. 168-169.
- 2 Ebenda, S. 169.
- 3 Vrsti, Wanda & Dayal, Smaran: *Cityzenship: rightful presence and the urban commons*, *Citizenship Studies*, 20 (8), 2016, S. 1001. Übersetzung d. A.: »den Wohlstand, den wir gemeinsam besitzen und die Macht, diese ›Dinge‹ kollektiv zu schaffen und zu kontrollieren«.
- 4 Vgl. Sternfeld, Nora: *Das radikaldemokratische Museum*. Berlin 2018.
- 5 Ebenda, S. 21.
- 6 Siehe die Publikation der 11. Berlin Biennale: www.admin11.berlinbiennale.de/wp-content/uploads/2021/01/Sprachen-des-Austauschs.pdf [29.01.2021].
- 7 Ahmad, Sara: *Atmospheric Walls*, 2004; www.feministkilljoys.com/2014/09/15/atmospheric-walls/ [30.01.2021].
- 8 Gebhardt, Dirk & Holm, Andrej: *Initiativen für ein Recht auf Stadt*. In: Dies. (Hg.): *Initiativen für ein Recht auf Stadt. Theorie und Praxis städtischer Aneignungen*. Hamburg 2011, S. 15.

Inklusive Museumsarchitektur

Die Herausforderung unsichtbarer Barrieren

Theresia Leuenberger

Die deutschsprachige Museumsvermittlung will sich an ein heterogenes Publikum richten.¹ Diese Absicht fordert mitunter bereits die Architektur eines Museums heraus, wenn sich manche Gruppen durch sie ausgeschlossen fühlen.² Dieser Beitrag zeigt mit Beispielen zur Erfahrung von Architektur³, dass eine detaillierte Kenntnis beispielsweise milieu-, geschlechts- oder altersspezifischer Barrieren (der Wahrnehmung oder des Verständnisses) Anknüpfungspunkte für ein darauf abgestimmtes Vermittlungskonzept bilden können, wodurch unsichtbare Barrieren vermindert werden können.

Soziale Aspekte von Architektur Erfahrungen

In der Architekturplanung hält sich lange die Auffassung, dass für universelle Nutzende geplant werde.⁴ An sichtbaren Barrieren wie beispielsweise Treppen zeigen sich jedoch offensichtliche Unterschiede in der Erfahrung und Nutzung von Gebäuden. Denn Besucher*innen, die nicht sehr gut zu Fuß sind, werden eher einen Fahrstuhl oder eine Rampe nutzen, um ins Gebäude zu gelangen. Unsichtbare Barrieren hängen dagegen eher mit der Tatsache zusammen, dass das Wissen und die Per-

*Eingang Kunsthhaus
Bregenz, 2012
© Kunsthhaus Bregenz/ Matthias
Weissengruber*



sönlichkeit in der Erfahrung von Gebäuden mitwirken. Die Besucher*innen eines Museums können dessen Architektur aufgrund milieu- und geschlechtsspezifischer Sozialisation unterschiedlich erfahren. Ihnen wird sich ein Gebäude also nicht zwingend in gleicher Weise erschließen, wie sich dies die Planenden vorgestellt haben. Da Einzelne und Gruppen das Gebäude aus unterschiedlichen Perspektiven wahrnehmen und erfahren, wird die Architektur gewissermaßen stets zu etwas anderem. Um Erfahrungen von Architektur als sozial verschieden zu verstehen und zu bestimmen, wodurch auch unsichtbare Barrieren offengelegt werden können, hilft die Anwendung theoretischer Ansätze, die die Geistes- und Sozialwissenschaften im Zuge der sogenannten Raumwende hervorgebracht haben.⁵ Die Soziologin Martina Löw spricht in dem Zusammenhang von einem relationalen Raum⁶, den Menschen bilden, wenn sie die Umgebung erfahren. Sie verknüpfen⁷ Sachen und andere Menschen zu einem Raum. In der Analyse von Erfahrungen können wir in Anlehnung an die Raumsoziologie einerseits die Anordnung jener Sachen und Menschen beschreiben, Löw bezeichnet diesen Prozess als »Spacing«⁸. Andererseits unterscheiden wir davon die Art der Verknüpfung, die »Synthese«⁹. Diese zwei analytisch getrennten Prozesse erlauben es zu erfassen, was den Besucher*innen an einem Gebäude auffällt, welche Auswahl sie treffen und wie sie dies tun.¹⁰

Milieuspezifische Erfahrung von Architektur

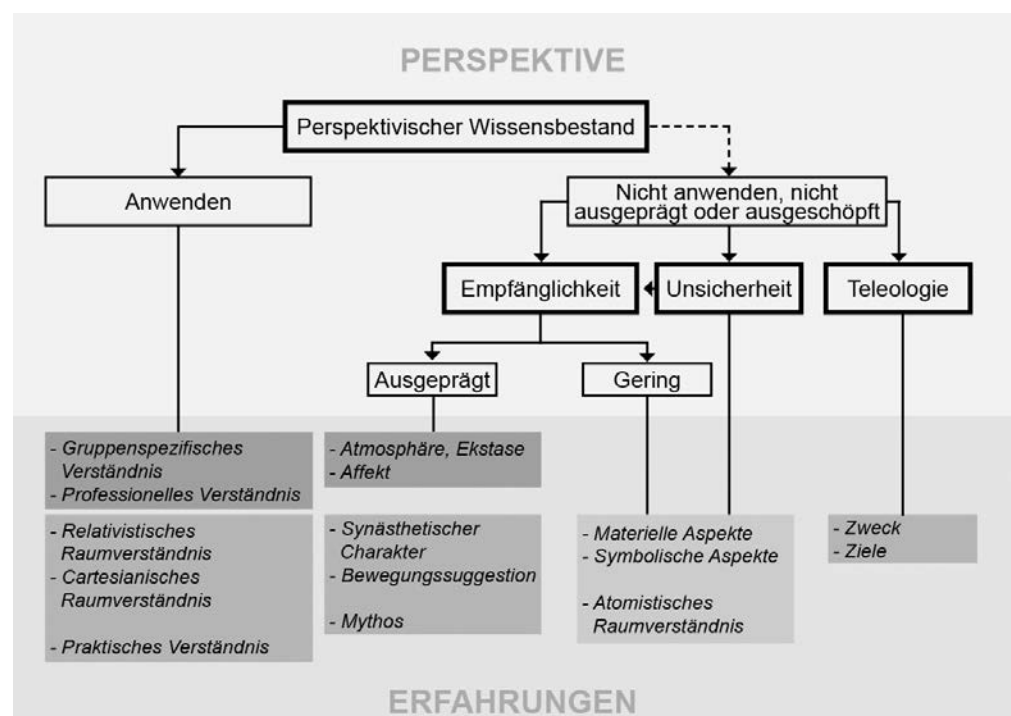
Das nachstehende Beispiel zum Zugang des Kunsthouses¹¹ in Bregenz zeigt, wie sich milieuspezifische Wissensbestände in den Erfahrungen von einer Gruppe Proband*innen bemerkbar machen.¹² Ein Teil von ihnen hält das Kunsthaus für wenig einladend, weil der Eingang nicht an der Strasse liegt und sich ihnen der Zugang nicht direkt erschließt. In ihren Augen ist es außerdem kein typisches Museum. Der Eingang weist nicht die üblichen baulichen Elemente auf wie Säulen und eine Treppe, die sie von »alten Museen« kennen, auch liegt der Eingang nicht mittig in der Fassade, sondern eher zur Seite hin. In ihrer Erfahrung macht sich ihre gewohnte Sichtweise bemerkbar. Sie rekurren auf bekanntes Wissen, das ihnen in der Situation nicht dienlich ist und dadurch ein Gefühl des Ausgeschlossen-Seins hervorruft. Ihnen fehlt das konkrete Wissen, um die Gestalt und die Lage des Eingangs zu deuten. In solchen Situationen kommt es zu einer Erfahrung, die nicht auf bekanntes Wissen zurückgreift. Sie verknüpfen die Gestaltung des Eingangs einmal zweckmäßig bezogen auf seine Funktion. Ihrer Ansicht nach gibt es ihn, »weil der Eingang hin muss«. Andreas Reckwitz erklärt diese Art der Deutung mit dem kulturellen Code, dem Rationalismus der westlichen Moderne.¹³

Eine ihrer weiteren Erfahrungen ist ebenfalls nicht auf ein bestehendes Wissen gegründet. Die Proband*innen beschreiben den Eingang als »Kasten«, den man »praktisch im Nachhinein zugefügt« habe. Sie erfahren den Eingang gemäß einer synästhetischen Charakterisierung. Jürgen Hasse definiert diese Charakterisierung als ein leibliches Spüren, das auf Erfahrungswissen beruht, dessen Wurzeln »im leiblichen Erleben und dem spürbaren Mitsein in Situationen«¹⁴ liegen. In der Erfahrung werden nicht konkrete Orte oder Gegenstände nachgebildet, sondern die Art und Weise, wie sie erlebt wurden.¹⁵ Diese Erfahrungen kommen vor, wenn die Worte fehlen, um das Wahrgenommene treffend zu beschreiben.¹⁶

Eine Probandin kann dagegen diese andersartige Gestaltung des Eingangs damit erklären, dass es sich um ein Gebäude für moderne Kunst handelt, und es »halt Architektur« sei. Sie gibt an, dass sie in ihrer Familie mit Architekt*innen und Ausstellungsmacher*innen aufgewachsen sei und entsprechend häufig Kunstmuseen besuche. Ihre Perspektive weicht von derjenigen der anderen bezogen auf die Aneignung der Kenntnisse über Kunst und Architektur ab. Der Soziologe Pierre Bourdieu unterscheidet zwischen einem selbstverständlichen Erlernen im familiären Kontext gegenüber einem zweitrangigen Erlernen im Kunstunterricht in der Schule.¹⁷ Danach erwerben die einen die Kenntnisse über Kunst wie eine Muttersprache, die sie so zu einer zweiten Natur werden lassen.¹⁸ Dies ermöglicht es ihnen, treffende Deutungsansätze zu formulieren. Den anderen fehlt dieser Hintergrund, sie müssen sich die Kenntnisse ähnlich wie das Erlernen einer Fremdsprache aneignen.¹⁹

Geschlechtsspezifische Erfahrung von Architektur

In der Erfahrung von Architektur kann sich auch die geschlechtsspezifische Sozialisation bemerkbar machen, wie das folgende Beispiel zu Erfahrungen in der Kunsthal Rotterdam²⁰ zeigt. Der Architekt Rem Koolhaas plante die Route durch die Kunsthal als Wege durch verschieden gestaltete Bereiche; sie haben einen deutlichen Anfang und führen danach irgendwo hin.²¹ Die Proband*innen²² charakterisieren diese Unbestimmtheit über den Verlauf des Wegs durch das Gebäude damit, dass es nicht deutlich war, wo man durchgehen konnte. Während die einen dies als Möglichkeit auffassten, selber entscheiden zu können, wo man entlang gehen möchte, empfanden andere es als ermüdend und befürchteten, dass sie Bereiche des Gebäudes auslassen. Dies kam vor allem bei den weiblichen Proband*innen vor, die häufiger feststellten, dass sie den einen oder anderen Bereich nicht besucht





Weg zur untersten Ausstellungsebene der Kunsthal Rotterdam

Foto: Theresia Leuenberger



Bezug auf das Verstehen der Architektur fehlt, zu erweitern. Auf die Situation abgestimmte Hinweise könnten diejenigen Besucher*innen, die den Zugang oder die Fortsetzung des Wegs durch das Gebäude suchen, dezent zum Eingang respektive durch das Gebäude führen. Auf diese Weise werden nicht sichtbare Barrieren für die Besucher*innen, die sich ohne die Unterstützung unsicher fühlten, vermindert. Gleichzeitig haben andere Besucher*innen die Möglichkeit, die Architektur ihrer beabsichtigten Wirkung nach zu erleben. Letztlich wird in der einzelnen Situation zu entscheiden sein, ob und inwieweit die Integrität des Gebäudes bewahrt werden soll und in welchem Ausmaß und in welcher Form die Barrieren für die Besucher*innen über kommunikative Maßnahmen (Leitsystem, Ansprache durch das Personal etc.) vermindert werden können.

Dr. Theresia Leuenberger
theresia.leuenberger@fhnw.ch

Theresia Leuenberger ist Soziologin (Planungs- und Architektursoziologie) und Architektin. Forschungen an Hochschulen u.a. zur Wahrnehmung der gebauten Umwelt sowie zu Partizipations- und Planungspraktiken.

hatten. Diesen geschlechtsspezifischen Unterschied in der Art, wie sich Proband*innen die gebaute Umwelt erschließen, erklärt die Forschung mit einer spezifischen weiblichen Sozialisation. Mädchen werden weniger als Jungen dazu angehalten, neue Bereiche zu erkunden.²³ Da sie diese Erfahrung auch körperlich leben, wandeln sich diese Art Gewohnheiten auch in einem sich ändernden kulturellen Umfeld nur schwer.²⁴

Herausforderung für die Vermittlungsarbeit

Milieuspezifische oder geschlechtsspezifische Sozialisation äußern sich in der Art und Weise, wie Besucher*innen Gebäude erfahren. Sollten Eingänge von Gebäuden deswegen stets in gewohnter Weise gestaltet werden und die Wegeführung in der architektonischen Gestaltung bereits eine klare Orientierung bieten? Denkbar wäre eine Strategie, die den Besucher*innen die Wahl lässt, jedoch die Möglichkeit bietet, ihr Wissen, das ihnen in

- 1 Vgl. Malez, Sandra; Kollar, Elke & Spicker, Caroline: *Salzburger Erklärung*, www.museumspaedagogik.org/publikationen/grundsatzpapiere/salzburger-erklaerung/ [20.09.2020].
- 2 Vgl. Bourdieu, Pierre: *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt a. M. 1974.
- 3 Vgl. Leuenberger, Theresia: *Architektur als Akteur? Zur Soziologie der Architektur Erfahrung*, Bd. 25. Bielefeld 2018.
- 4 Ebenda, S. 11-17.
- 5 Raum wird nicht mehr als Container aufgefasst, zu dem sich Körper wie zum Koordinatensystem in Bezug setzen, sondern als etwas, das durch Handeln, Wahrnehmen oder Erfahren prozesshaft konstituiert wird. Siehe u.a. Löw, Martina: *Raumsoziologie*. Frankfurt a. M. 2001; Schroer, Markus: *Räume, Orte, Grenzen. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raumes*. Frankfurt a. M. 2006.
- 6 Vgl. Löw, 2001.
- 7 Theodore Schatzki unterscheidet Verknüpfungstypen, die Leuenberger für die Beschreibung der Relationen zwischen den angeordneten Dingen und Menschen anwendet, um damit Architektur Erfahrungen zu analysieren. Es sind dies Verständnisse, Affekte, Zwecke, Ziele und Regeln. Schatzki, Theodore: *Social practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social*, Cambridge 2008 sowie Leuenberger 2018.
- 8 Löw bezeichnet mit »Spacing« einen Prozess, in dem Dinge und Lebewesen platziert werden. Vgl. Löw, 2001, S. 158-61. Auf Planungsprozesse bezogen beschreibt »Spacing« die Anordnung von Bauteilen, die Architekt*innen vornehmen; in Erfahrungsprozessen wählen Wahrnehmende Bauteile aus, die ihnen auffallen.
- 9 Löw bezeichnet diesen Prozess als Syntheseleistung, womit die Anordnung über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse zusammengefasst werden. Vgl. Löw, 2001, S. 159. Eine ausführliche Darstellung der Konzeption von Erfahrungen von Architektur in Anlehnung an die Raumsoziologie von Löw findet sich in Leuenberger 2018.
- 10 Vgl. Löw, 2001, S. 55.
- 11 Das Kunsthaus Bregenz zeigt zeitgenössische Kunst. Der Architekt Peter Zumthor hat das Gebäude, das 1997 eröffnet wurde, entworfen.
- 12 Die Aussagen zu Architektur Erfahrungen stammen von Proband*innen, die an der Untersuchung zu sozialen Aspekten der Architektur Erfahrung teilnahmen: Vgl. Leuenberger 2018. Die wörtliche Wiedergabe ihrer Aussagen ist als Zitat gekennzeichnet.
- 13 Vgl. Reckwitz, Andreas: *Die Entwicklung des Vokabulars der Handlungstheorien. Von den zweck- und normorientierten Modellen zu den Kultur- und Praxistheorien*. In: Gabriel, Manfred (Hg.): *Paradigmen der akteurzentrierten Soziologie*. Wiesbaden 2004, S. 303-328.
- 14 Hasse, Jürgen: *Was Räume mit uns machen – und wir mit ihnen. Kritische Phänomenologie des Raumes*. Freiburg und München 2014, S. 53.
- 15 Vgl. Hasse 2014.
- 16 Vgl. Hasse, 2014, S. 58.
- 17 Vgl. Bourdieu 1974, S. 189-90.
- 18 Vgl. Bourdieu 1974, S. 188.
- 19 Vgl. Bourdieu 1974, S. 189.
- 20 Die Kunsthal befindet sich in Rotterdam und wurde vom Architekturbüro Office for Metropolitan Architecture (OMA) des Architekten Rem Koolhaas geplant. Die Eröffnung war 1992.
- 21 Vgl. Gargiani, Robert: *Rem Koolhaas|OMA: The Construction of Merveilles*. Oxford 2008, S. 150f.
- 22 Die Aussagen beziehen sich auf die unter Endnote 12 erwähnte Untersuchung zu Architektur Erfahrungen.
- 23 Vgl. Lawton, Carol A.: *Gender differences in way-finding strategies: Relationship to spatial ability and spatial anxiety*. In: *Sex Roles* 30 (11-12) 1994, S. 765-779; Nissen, Ursula: *Kindheit, Geschlecht und Raum. Sozialisationstheoretische Zusammenhänge geschlechtsspezifischer Raumaneignung*. Weinheim 1998.
- 24 Vgl. Löw, 2001, S. 176.

Die Finessen und Feinheiten der Gestaltung Dritter Orte

Ein Interview mit Aat Vos

Öffentliche Räume sollen uns im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang durch die Förderung von Interaktion und Kommunikation anregen und inspirieren. Sämtliche Nutzer*innen eines öffentlichen Orts sollten sich willkommen fühlen und die gleiche Chance auf Teilnahme erhalten. Design spielt eine entscheidende und zunehmend wichtige Rolle bei der Revitalisierung von Lebensräumen. Als Creative Guide und Architekt widmet sich Aat Vos der Wiederbelebung des öffentlichen Raums und ruft sozialen Wandel hervor durch die gezielte Gestaltung Dritter Orte. Seine Mission: Orte zu schaffen, an denen sich Menschen willkommen fühlen.

Die Schaffung von Orten der Begegnung ist laut Aat Vos eine der besten Strategien, um Gesellschaften bei der Realisierung einer Kultur der Integrativität zu unterstützen. Begegnungen geben Gelegenheit zu diskutieren, zu debattieren, Meinungen zu bilden, Wissen auszutauschen, sich gegenseitig zu inspirieren oder einfach zusammen Zeit zu verbringen. Es sind »Paläste für das Volk«¹, wie der US-Soziologe Eric Klinenberg sie nennt, oder »Dritte Orte«² laut der Definition des Stadtsoziologen Ray Oldenburg.

Bibliothek im HuB, dem zentralen Ort der Begegnung im Stadtzentrum Kerkrade/ Niederlande, in einer ehemaligen Tiefgarage

Foto: Marco Heyda



- Im Werk von Oldenburg, einer wesentlichen Inspirationsquelle für die Vision von Aat Vos, bildet das Zuhause den sogenannten »Ersten Ort«.
- Den Arbeits- oder Ausbildungsplatz – an dem Menschen oft den größten Teil ihrer Zeit verbringen – bezeichnet er als »Zweiten Ort«.
- Und ebenjene »Dritten Orte«, zu guter Letzt, stellen seiner Definition zufolge die Anker des sozialen Lebens in einer Gemeinschaft dar, weil sie breitere und kreativere Interaktion ermöglichen und aktiv fördern.

Der Dritte Ort befindet sich im öffentlichen Raum, in der Regel in Form von Gemeindezentren, Bibliotheken, Parks, Startup-Cafés oder Innovationslaboren. Oder zumindest sollte das idealerweise so sein. Allerdings beunruhigt Aat eine gewisse Entwicklung seit Jahren: Der öffentliche Raum fällt zunehmend dem Prozess der Kommerzialisierung zum Opfer – ein besorgniserregender Trend, der die Zahl der im Wortsinn öffentlichen Räume sowie deren Besucher*innenzahlen kontinuierlich reduziert hat.

Die finanziellen Barrieren, die an vielen Orten bestehen (wie z.B. Eintrittsgelder oder Kaufzwang) schließen Menschen mit niedriger Kaufkraft von vornherein aus. Diese wirtschaftliche Diskriminierung hat dazu geführt, dass öffentliche Räume ihren ursprünglichen Sinn und Zweck aus den Augen verloren haben: Allen Mitgliedern der Öffentlichkeit ein zweites Zuhause zu bieten, unabhängig von Einkommen, Geschlecht, Nationalität, Rasse, Religion, Alter, politischer Überzeugung oder sexueller Neigung.

Diese Entwicklung inspirierte Aat Vos dazu, sich gegen die physische und gesellschaftliche Spaltung der Gesellschaft zu wehren, indem er 2017 sein Buch *3RD4ALL – How to Create a Relevant Public Space*³ veröffentlichte.

Allgemein wird oft angenommen, dass öffentlicher Raum sich auf frei zugängliche Orte im Freien wie Parks oder öffentliche Plätze bezieht. Die Arbeit von aatvos hat jedoch einen größeren Aktionsradius. Wie definieren Sie öffentlich?

Öffentlich ist das, was uns in unseren jeweiligen Gemeinschaften miteinander verbindet. Öffentlich ist das, was uns allen gehört – oder gehören sollte bzw. gehört hat. Was den materiellen Aspekt betrifft, so sind öffentliche Orte für jedermann leicht zugänglich und nutzbar und sind sowohl sicher als auch benutzer*innenfreundlich. Auf diese Weise können sie über einen längeren Zeitraum hinweg genutzt werden. Was die Programmgestaltung anbelangt, so wird die Mitwirkung der Benutzer*innen begrüßt und die Öffentlichkeit dazu eingeladen, sich den Raum zu eigen zu machen. Mit Goodies wie Kaffee, sauberen Toiletten und kostenlosem Eintritt wird der Aufenthalt zusätzlich schmackhaft gemacht.

Wie sollte man an die Aufgabe der Gestaltung relevanter und ansprechender öffentlicher Orte grundsätzlich herangehen?

Man sollte stets damit beginnen, nach dem Warum zu fragen. In Anlehnung an den Autor Simon Sinek⁴ beschreibt das »Warum«, was das höhere Ziel und die tiefere intrinsische Motivation eines Projekts ist. Mit anderen Worten: Warum gibt es den jeweiligen öffentlichen Ort und warum ist er für andere wichtig? Um diese Frage zu beantworten, sind eingehende Nutzer*innenstudien erforderlich. Das Warum ist der Ausgangspunkt jedes Projekts: Es bestimmt seine Mentalität. Alle,

Innenansicht der Bibliothek im Treffpunkt Huis van Eemnes, Niederlande
Foto: Marco Heyda



die an der weiteren Ausarbeitung und Realisierung des Projekts beteiligt sind, müssen sich der jeweiligen Leitgedanken des Projekts bewusst sein und sie aktiv zur Anwendung bringen.

Was halten Sie von der Entwicklung, dass öffentliche und kommerzielle Räume zunehmend miteinander verbunden werden?

Das ist eine positive Entwicklung. Ich glaube an eine geschickte Verschmelzung von kombinierten Angeboten. Zum Beispiel sollten öffentliche Funktionen im öffentlichen Raum mit kommerziellen Angeboten vereinbar sein.

Ein Beispiel ist die Deichman-Stovner-Bibliothek in einem Einkaufszentrum eines Vororts von Oslo. Es handelt sich um eine hochgradig kommerzielle Umgebung. Dennoch hat sie eine wichtige soziale Funktion inne im lokalen Zusammenhang. Die täglichen Einkäufe tätigen, in der Bibliothek eine Zeitung lesen und sich mit Freund*innen auf ein Getränk treffen – hier ist all das unter einem Dach möglich. Nur durch die Verbindung von Öffentlichkeit und Kommerz können wir ein vielfältiges und facettenreiches Umfeld und eine vitalere, lebenswertere Gesellschaft verwirklichen, zu der sich alle zugehörig fühlen können.

Es ist an der Zeit, dass wir über den rein finanziellen Ertrag diverser Projekte hinausblicken und auch gesellschaftlichen Mehrwert in Form von sozialer Integrativität und individueller psychischer Wohlfahrt in Betracht ziehen.

In den #aatvoslibraries wird funktionales Design häufig mit maßgeschneiderten Möbeln, Vintage-Artikeln und ausgefallenen Designelementen kombiniert. Was ist die Philosophie hinter dieser Design-Handschrift?

Bevor ich näher auf unsere spezifische Design-Handschrift eingehe, möchte ich klarstellen, dass wir das Interior Design öffentlicher Räume als Urban Design in einer anderen Größenordnung betrachten. Kevin Lynch, ein amerikanischer Stadtplaner und Autor, beschrieb in seinem Buch *Das Bild der Stadt*⁵, dass sowohl gewöhnliche Elemente als auch sogenannte Landmarks (identifizierbare Objekte, die als externe Bezugspunkte dienen) Schlüsselbestandteile bei der Erstellung mentaler Lagepläne von intuitiv nachvollziehbaren – und somit sicheren – Umgebungen sind.

Das ist die Philosophie hinter unserer Fokussierung auf eine klassische, nahezu berechenbare Atmosphäre auf der einen Seite und der Kombination mit »Landmarks« und ausgefallenen Design-Elementen auf der anderen Seite.

Wie kommen Sie auf die Ideen für diese ausgefallenen Elemente?

Um die Ideen für diese Elemente zu finden, befassen sich mein Team und ich eingehend mit der Gemeinschaft, für die wir arbeiten. Für uns bedeutet die Arbeit am öffentlichen Raum, Orte für Menschen zu schaffen, die nicht wir sind, an Orten, die nicht die unseren sind – sondern die für die jeweilige Öffentlichkeit und ihre spezifische Nachbarschaft bestimmt sind.

Mit den Besucher*innen dieser Orte zu sprechen und mit ihnen zu arbeiten, ist nicht nur zentral wichtig, sondern unumgänglich. Wir nutzen Methoden wie Design Thinking in Zusammenarbeit mit Expert*innen wie der deutschen Design Thinking-Spezialistin und Dozentin Julia Bergmann, um lokale Bedürfnisse und Notwendigkeiten sowie ortstypische Assoziationen und Faszinationen zu ergründen.

Sehr oft stoßen wir dabei auf unerwartete Geschichten, kulturelles Erbe oder soziokulturelle Elemente, die für den lokalen Kontext oder sogar für spezifische Nutzer*innengruppen von großer Bedeutung sind. Diese lokalen Bezugspunkte nutzen wir, um für jedes Projekt maßgeschneiderte Blickfänge zu kreieren. Zusammen mit den eher vorhersehbaren, gewöhnlichen Umgebungselementen schaffen sie vertraute Orte mit individuellem Charakter, die zu einer echten Hausnummer in der Wahrnehmung der lokalen Bevölkerung werden.

Dank Elementen wie umgebauten Tauchkammern, Raumschiffen, maßgefertigten Bergbauaufzügen und dem gelegentlichen Riesen-Kuschelkaninchen werden die von uns geschaffenen Orte unverwechselbar und einzigartig.

Was hat sich seit der Veröffentlichung Ihres Buches 3RD4ALL im Jahr 2017 verändert?

Zunächst einmal ist die Gestaltung Dritter Orte zu einem hochaktuellen gesellschaftlichen Thema geworden. Das wachsende Bewusstsein um ihre Notwendigkeit macht es leichter, das Thema auf die öffentliche Agenda zu setzen als zuvor.



Bibliothek im Treffpunkt
Huis van Eemnes, Nieder-
lande

Foto: Marco Heyda

*Bibliothek mit Café
im Treffpunkt Huis van
Eemnes, Niederlande
Foto: Jan de Vries*



Zweitens wurde ich international als Experte für Dritte Orte anerkannt und begann, öffentlich Reden zu diesem Thema zu halten. Gleichzeitig fanden immer mehr Kund*innen den Weg zu meinem Unternehmen, was mir eine entsprechende Expansion ermöglichte.

Heute arbeite ich mit einem inspirierenden, multidisziplinären Team zusammen, das Erfahrungen in Architektur, Marketing, Wirtschaft, Soziologie, Psychologie und Kommunikation vereint, um eine Vielzahl unterschiedlicher Kund*innen – darunter Regierungsorganisationen, Gemeinden, Bibliotheken, Theater, Universitäten und Gesundheitsorganisationen – zu betreuen.

Was sich darüber hinaus geändert hat, sind natürlich die Erkenntnisse, die wir dank *3RD4ALL* gewonnen haben. In dem Buch waren fünf Säulen eines relevanten öffentlichen Raums vorherrschend: Menschen, Raum, Erlebnis, Produkt und Zukunft. Indem wir die Theorie des Buchs in unseren Projekten in die Praxis umgesetzt haben, wurden diese Säulen zu den »Schmetterlingsprinzipien des programmatischen Designs« (»Butterfly Principles of Design for Programmability«) weiterentwickelt. Dieses Modell in der Form eines Schmetterlings zeigt deutlich, dass jedes Projekt sowohl eine immaterielle als auch eine materielle Seite besitzt. Die Schmetterlingsprinzipien lassen sich am besten anhand von zehn Fragen beschreiben und bieten ein einfaches Instrumentarium zur Bestimmung der Bestandteile, die lebendige öffentliche Orte ausmachen.

Was geschieht nach der Neugestaltung von Bibliotheken und ihrer Umwandlung in Dritte Orte?

Nach der Neugestaltung einer Reihe von Bibliotheken in Norwegen, Deutschland und den Niederlanden haben wir uns gefragt: Spielen Bibliotheken in der modernen Gesellschaft mittlerweile eine eher soziale Rolle?

Im Frühjahr 2019 haben wir uns an zwanzig Bibliotheken gewandt, mit denen wir innerhalb der letzten drei Jahre zusammengearbeitet hatten. Bei diesen Projekten handelte es sich um große materielle Veränderungen und entweder um Umbauten, Renovierungen oder Umgestaltungen bestehender Bibliotheken. Wir schickten ihnen jeweils einen Fragebogen zu, in dem wir sie danach befragten, ob sich die Anzahl der (zufälligen) Besucher*innen und der Grad an Beteiligung der derzeitigen Besucher*innen am Bibliotheksgeschehen geändert hätten. Die Ergebnisse des Fragebogens deuteten auf einen sehr positiven Trend hin.

Können Sie einige Beispiele nennen?

Nach der Eröffnung verzeichneten 73 Prozent der Befragten einen Zuwachs an Besucher*innen, die ausschließlich kamen, um Zeit in der Einrichtung zu verbringen. Es stellte sich außerdem heraus, dass die Menschen beim Besuch der Bibliothek sich stärker vermischen. Unsere vorläufige Schlussfolgerung aus dieser laufenden Untersuchung ist, dass Bibliotheken, die sich von einem reinen Kulturinstitut zu einem einladenden Dritten Ort gewandelt haben, elementare menschliche Bedürfnisse bedienen und so eine neue Schlüsselrolle in der modernen Gesellschaft einnehmen. Da sie sowohl ein physischer als auch ein sozialer Ort sind, sprechen sie alle Ebenen von Abraham Maslows allseits bekannter Bedürfnishierarchie an – sie ermöglichen es den Menschen nicht nur, sich selbst zu verwirklichen und Anerkennung zu erfahren, sondern vermitteln ihnen darüber hinaus ein Gefühl der Zugehörigkeit.

*Was ist der wichtigste Faktor im Hinblick auf das langfristige Verhältnis zwischen einem Dritten Ort und seinen Besucher*innen?*

Mitverantwortung und Anpassbarkeit, ohne Zweifel. Menschen sollten die Möglichkeit haben, sich einen Ort zu eigen zu machen, und dieser Ort sollte in der Lage sein, sich an die sich ständig ändernden Bedürfnisse seiner Nutzer*innen anzupassen.

Der Beitrag erschien erstmals im August 2020 als Blog auf der Webseite www.aatvos.com/de/blog/die-finessen-und-feinheiten-der-gestaltung-dritter-orte/. Bei diesem Abdruck mit freundlicher Genehmigung von Aat Vos handelt es sich um einen redaktionell angepassten Auszug.



Aat Vos
www.aatvos.com

Creative Guide & Architekt Aat Vos ist seit über 30 Jahren an der Entwicklung öffentlicher Räume beteiligt. Sein Ziel: Dritte Orte zu schaffen, an denen sich jeder zu Hause und willkommen fühlt.

- 1 Klinenberg, Eric: *Palaces for the people. How social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life*. Portland 2019.
- 2 Oldenburg, Ray: *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York 1989.
- 3 Vos, Aat: *3RD4ALL. How to create a relevant public space*. Rotterdam 2017.
- 4 Vgl. Sinek, Simon: *Start with why: How great leaders inspire everyone to take action*. New York 2009.
- 5 Lynch, Kevin: *The image of the city*. Cambridge und Massachusetts 1960.

»Es muss eine Normalisierung der Heterogenität geben«

Ein Gespräch über den OPEN SPACE in der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen

Julia Hagenberg/ Karima Benbrahim/ Eva Busch

Mit dem OPEN SPACE richtete die Kunstsammlung 2018 im K20 einen kostenfrei zugänglichen Treffpunkt und Verhandlungsort ein. Über einen direkten Zugang von außen wurde eine große Ausstellungshalle in Richtung der Stadt geöffnet, in der Besucher*innen zusammenkommen und an Veranstaltungen teilnehmen konnten. 2021 ist eine Neuauflage geplant. Im Gespräch mit Julia Hagenberg diskutieren Karima Benbrahim und Eva Busch Erfahrungen im Zusammenhang des Projekts.¹

Julia Hagenberg: In der Publikation *Wem gehört das Museum?* haben wir den OPEN SPACE aus der Innensicht vorgestellt. Mir ist wichtig, dass unterschiedliche Perspektiven auf das Projekt zur Diskussion kommen. Ihr wart als externe Expertinnen an der Konzeption und Umsetzung des Programms beteiligt. Welche Erwartungen hatten ihr? Haben sie sich eingelöst?

Abendveranstaltung
im OPEN SPACE

Foto: Wilfried Meyer



Eva Busch: Ich hatte die Hoffnung, dass ein Raum entsteht, mit dem die Hemmschwelle, ihn zu betreten, sinkt und in dem nicht schon gesetzt ist, was passiert. In einem anderen Projekt, das ich mit euch realisieren konnte,² habe ich noch einmal neu verstanden, mit wie viel Stress für Viele die Idee verbunden ist, ins Museum zu gehen, vorhandene Erwartungen nicht erfüllen zu können. Mit dem OPEN SPACE ist es in vieler Hinsicht gelungen, dass ein weniger vorgeschriebener Raum entstanden ist, der so etwas wie ein Willkommen ausgesprochen hat. Interessant, dass es die Riesengeste der Beschriftung OPEN SPACE auf der Fassade brauchte, um gegen die machtvolle Ausstrahlung des Museums anzukämpfen.

Karima Benbrahim: Meine Erwartung war, dass mit dem Projekt etwas gesetzt wird, was es vorher nicht gab. Und sie ist erfüllt worden – im Sinne der Frage: Wem gehört das Museum, wer gehört eigentlich dazu? Wer wird als Teil der Gesellschaft gesehen? Zählen auch Kinder dazu, junge Erwachsene? Oder sind es nur Menschen, die studiert haben, sich dann das Museum anschauen und sich dementsprechend auch dort wiederfinden? Die Öffnung zur Stadt ist eigentlich ein Paradoxon, weil das Museum ja mitten in der Stadt liegt. Dahinter steht ein Widerspruch, der nicht gelöst wird: Es gibt einen habituellen Kodex im Museum, der sehr elitär ist, sehr weiß, klassistisch gesehen in einer gutbürgerlichen Mitte. Wenn das die Norm ist, dann ist alles andere nicht die Norm. Aber entspricht das auch der gesellschaftlichen Realität? Der OPEN SPACE hat für mich erstmal eine Öffnung möglich gemacht, mit aller Vehemenz.

*In der Siebdruckwerkstatt
im OPEN SPACE*

Foto: Wilfried Meyer



JH: Der OPEN SPACE war zunächst als einmaliges, temporäres Projekt geplant. Wie bewertet ihr das?

KB: Den OPEN SPACE fand ich ein gutes Konzept. Gerade deswegen stellt sich die Frage: Wie kann das beibehalten werden? Bleibt der Raum immer offen oder nur für ein gewisses Zeitfenster? Ich bin an Strukturen interessiert, die nachhaltig wirken und die ein Teil des Habitus des Museums werden. Ich hoffe, dass die Haltung des Projekts einen Weg in die Struktur des Museums findet. Und damit meine ich nicht nur die Kunstsammlung, sondern viele Museen. Es muss eine Normalisierung der Heterogenität geben.

EB: Im OPEN SPACE wurde versucht, einen Sozialraum zu schaffen, in dem eine Gemeinschaft zusammenkommt, die sonst nicht zusammengekommen wäre, vor allem nicht in diesem Haus. Das ist richtig, weil das Museum eine vom Land getragene Institution ist. Im Wissen darum, dass das Projekt temporär angelegt war, hat mich stark beschäftigt, wie aufrichtig das sein kann. Etwa dass es nicht zu einem Ausstellen der Gemeinschaft kommt, bei dem sich das Museum als gute Gastgeberin inszeniert, die besonders viele Freund*innen hat. Bei meiner Rolle, verschiedene Kooperationen in der Stadt anzustoßen, hat sich mir die Frage der Verbindlichkeit und Beziehung gestellt. Durch einen einmaligen Flirt entsteht eher kein langfristiger Sozialraum.

JH: Ich finde es interessant, dass ihr auf Widersprüche zu sprechen kommt. Nora Sternfeld hat mit Bezug auf Museen formuliert, dass Kritik und Handlung nicht gegeneinander ausgespielt, sondern zusammengedacht werden sollten. Was bedeutet das für unsere Arbeit?

KB: Die Kritik muss zu einem steten Handlungsprozess führen, damit sich Strukturen verändern können. Mein Ansatz wäre allerdings, auf das Positive zu schauen. Der Raum bot viele unterschiedliche Interaktionsmöglichkeiten. Trotzdem bleibt die Frage: Von wem werden sie gestaltet, welche Räume werden dadurch möglich und welche nicht? Wen hat man dabei im Blick? Für mich war beeindruckend, dass eine Auseinandersetzung mit den Widersprüchen möglich war, mit Diskursen, die eher von außen als von innen kamen. Wir müssen einfach aushalten, dass es sie gibt und dass es nicht immer möglich ist, sie zu eliminieren.

EB: Zum Thema der Widersprüche eine Erfahrung aus der Praxis: Für mich stellte sich immer wieder die Frage, was es bedeutet, jemanden in diesen Raum einzuladen, gerade BIPOC-Referent*innen (Black, Indigenous and People of Color). Ich habe mir zur Regel gesetzt, dass ich das Thema des weißen, machtvollen Raums ansprechen muss, auch wenn es klar ist, dass Macht- und Gewaltprozesse im Museum wirksam sind. Als weiß positionierte Frau, die im Auftrag des Museums handelt, habe ich es als meine Aufgabe gesehen, das zur Sprache zu bringen und nicht still zu hoffen, dass alles gut geht. Wir brauchen eine Sprache, um genau diese Widersprüchlichkeit – das ist dein Raum, obwohl er ausschließend wirkt – gemeinsam verhandeln zu können.

JH: Welche Bedeutung hatte das Veranstaltungsprogramm für den OPEN SPACE?

KB: Es gab Veranstaltungen, Möglichkeiten des Dialogs, des Kaffeetrinkens, Zeitunglesens. Man konnte etwas produzieren, aber auch nichts tun. Das heißt, es gab mehrere Angebote, die verschiedene Bedürfnisse bedienten. Diese Gleichzeitigkeit war für mich zentral. Sie spiegelte sich auch in der Architektur wider. Es muss unterschiedliche Angebote geben, die Menschen wahrnehmen können, vor allem in einem Museum, das sonst für sie verschlossen bleibt, z.B. weil sie kein Geld dafür haben, sich dadurch erniedrigt fühlen, nicht bezahlen zu können. Um Angebote anzunehmen, wird sehr viel vorausgesetzt: Geld, Expertise... Ich fand es sehr gut, erst einmal nur reingehen und sich spüren zu können in diesem Raum, der für einen vielleicht immer fremd oder fremdbestimmt war. Der nie zu einem gehörte, aus welchen Gründen auch immer – wegen eigener Rassismuserfahrungen, wegen eines bestimmten Kanons oder der Art, wie man angezogen ist, wie man sozusagen ins Bild passt. Trotzdem glaube ich, dass es nicht jede*r geschafft hat, hineinzugehen.

EB: Es war eine schöne Erfahrung für mich als Mitverantwortliche, dass Heterogenität im Programm existieren konnte. Ich fand es gut, dass es akademische Programme gab, dass aber auch Dinge stattfinden konnten, die auf einer anderen Ebene komplex sind. Ich habe die Veranstaltungen in erster Linie als Anlässe gesehen, zusammenzukommen und im besten Fall auch etwas zu lernen. Für uns war außerdem schnell klar, dass im Raum nicht nur konsumiert, sondern auch produziert werden kann, dass sich hier Eindrücke aus der Ausstellung und aus der eigenen erlebten Realität verschränken können, z.B. in den Workshops in der Siebdruckwerkstatt. Essenziell war für mich auch, dass körperliche Angebote gemacht wurden. Es verändert die Energie des Raums, wenn es hier auch Verabredungen gibt, sich zum Tanzen zu treffen. Zudem ermöglichte das Programm auch viel Ungeplantes.

KB: Allein die Erfahrung, sich in diesem Raum zu spüren, darf man nicht unterschätzen. Es ist ein Resonanzraum, der sich generell auf Menschen auswirkt, unabhängig davon, ob sie Zugänge zum Museum haben. Davon kann eine Kraft ausgehen, die wir nicht geplant haben. Räume der Stille, des Nichtstuns zuzulassen, hat einen kapitalismuskritischen Aspekt. Sich einen Raum zu nehmen, in dem man sagt: »Ich mache hier gar nichts. Und obwohl ich nichts produziere, obwohl ich nichts konsumiere, gehöre ich hierhin. Hier bin ich nur.« Das fand ich sehr stark am OPEN SPACE. Ich habe auch oft beobachtet, wie Kinder und Jugendliche den Raum wahrgenommen haben, wie sie gerutscht sind und unterschiedliche Sitzgelegenheiten ausprobiert haben. Die Möglichkeiten der Bewegung des Körpers in einem Raum bilden Gedächtnismomente, prägen die Erinnerung des Dazugehörens. Ich würde gerade auch die nonverbalen Zugänge stärken.

JH: Zurzeit loten wir gemeinsam mit Partner*innen in der Stadt aus, wie der OPEN SPACE 2021 genutzt werden kann. Das erweist sich als komplexer Prozess, weil sich sehr unterschiedliche Erwartungen mit dem Projekt verbinden. Mit den ersten Gesprächen hat der OPEN SPACE eigentlich schon begonnen. Denn es geht nicht nur darum, dass

der physische Raum geöffnet wird, sondern dass Menschen zusammenkommen, um darüber zu verhandeln, was dort stattfinden kann. Gibt es Aspekte, die wir beachten sollten?

EB: Die Ausstellung *museum global*, die zeitgleich mit dem OPEN SPACE lief, drehte sich um Mikrogeschichten einer künstlerischen Moderne, die weit weg verortet sind.³ Ich hatte die Erwartung, dass wir einen Raum schaffen, der das Lokale stärker ins Zentrum rückt. In dem deutlich wird, dass es auch hier um Fragen von postkolonialen Machtverhältnissen, von Vereinnahmung, Rassismus und Widerstand geht. Das hat sich teilweise eingelöst, aber es wäre noch mehr Mut möglich gewesen. Bei der Neuauflage geht es darum, ein gutes Gleichgewicht zu finden, Stimmen zu hören, ihnen Raum zu geben und gleichzeitig bewusst Verantwortung zu übernehmen, um einen machtkritischen Raum zu eröffnen – im Austausch zu sein, ohne sich der Illusion hinzugeben, dass ein machtfreier Raum entsteht, wenn alle etwas gesagt haben.

KB: Ich freue mich, dass es weitergeht und nochmal eine Möglichkeit gibt, die Visionen und die Haltung dahinter weiterzuentwickeln. Nicht mit den gewohnten Partner*innen zu arbeiten, sondern offen und selbstkritisch zu reflektieren, wer fehlt. Sich klar zu machen, dass man aus einer bestimmten Perspektive spricht. Mein Wunsch wäre es, stärker noch in die Widersprüche zu gehen, sich zu trauen, sich in diesem Prozess zu transformieren. Denn jetzt haben wir ein Beispiel dafür, dass es geht.

EB: Der OPEN SPACE hat mich so, wie er war, an einen Spielplatz erinnert. Das Lustvolle sollte bleiben. Eine kritische Praxis bedeutet manchmal auch, an unerwarteten Orten Freude zu haben. Darin kann viel Widerständigkeit liegen.

JH: Herzlichen Dank!

Karima Benbrahim
karima.benbrahim@ida-nrw.de

Karima Benbrahim ist Erziehungswissenschaftlerin, Mediatorin und Leiterin der Fachstelle bei IDA-NRW e. V. (Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismusarbeit für Nordrhein-Westfalen).

Eva Busch
eva.busch@atelierautomatique.de

Eva Busch ist Anthropologin und Kunstwissenschaftlerin und als freie Kulturarbeiterin Teil des Kunst-
raums atelier automatique in Bochum.

Julia Hagenberg
hagenberg@kunstsammlung.de

Julia Hagenberg ist Leiterin der Abteilung Bildung in der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf.

1 Das Gespräch fand am 23. November 2020 statt.

2 Vgl. Gaensheimer, Susanne & Hagenberg, Julia (Hg.): *Wem gehört das Museum? museum global – Perspektiven zur Kunstvermittlung*. Köln 2020.

3 Vgl. Gaensheimer, Susanne u.a. (Hg.): *museum global – Mikrogeschichten einer ex-zentrischen Moderne*. Köln 2018.



Haus Bastian

Zentrum für kulturelle Bildung der Staatlichen Museen zu Berlin

Heike Kropff

Seit Ende August 2019 wird Haus Bastian – Zentrum für kulturelle Bildung der Staatlichen Museen zu Berlin in die lokale, nationale und internationale Bildungslandschaft eingeführt. In unmittelbarer Nachbarschaft zur Museumsinsel und mit einer Nutzfläche von 1 000 qm bietet es vielfältige Möglichkeiten für zukunftsweisende Bildungs- und Vermittlungskonzepte an Museen. Diese werden in zwei Programmbereichen erarbeitet: public und professional.

Haus Bastian – Zentrum für kulturelle Bildung der Staatlichen Museen zu Berlin wurde am 31. August 2019 eröffnet. Eine ganze Woche waren Kinder, Jugendliche und Erwachsene, Lehrer*innen, Mitarbeiter*innen von Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen, Kolleg*innen aus Museen und Kultureinrichtungen, Förder*innen und Freund*innen der Bildungsarbeit aus Politik, Wirtschaft und Stiftungen eingeladen, das neue Bildungszentrum kennenzulernen und einzuweihen.

In unmittelbarer Nachbarschaft zum Weltkulturerbe Museumsinsel bietet Haus Bastian vielfältige Möglichkeiten für zukunftsweisende Bildungs- und Vermittlungsarbeit.

Es befindet sich in einem von David Chipperfield entworfenen Gebäude, das bis Anfang 2019 als Galerie genutzt wurde, bevor die Familie Bastian das Haus als

Drei große Werkräume, ausgestattet mit Raumobjekten von raumlaberlin, ermöglichen unterschiedliche Lern- und Lehrsettings

© SMB/ Juliane Eirich



Schenkung an die Stiftung Preußischer Kulturbesitz übergab. Von März bis August 2019 wurden die gesamten vier Etagen des Gebäudes zu Lern-, Erlebnis- und Kommunikationsräumen umgestaltet. Die Programmatik des Zentrums für kulturelle Bildung liegt in der Verantwortung des Referats Bildung, Vermittlung, Besucherdienste der Staatlichen Museen zu Berlin.

Ein Haus für die Besucher*innen

Das Zentrum für kulturelle Bildung ist ein Haus für die Besucher*innen der Staatlichen Museen zu Berlin. Die ehemaligen Galerieräume wurden vom Erdgeschoss bis in die oberste Etage zu Lern-, Kommunikations- und Aktionsräumen umgestaltet. In seiner zentralen Lage bietet Haus Bastian Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen einen idealen Startpunkt, um in die Sammlungen der Museumsinsel auszuschwärmen und diese zu erkunden. Die großzügigen Räume laden die Besucher*innen dazu ein, ihre Beobachtungen, Erfahrungen und Fragestellungen in kreativer Form nach dem Besuch der Museen nachzubereiten, zu erweitern und zu diskutieren. Zudem bietet Haus Bastian ein Forum, um über aktuelle und zukunftsweisende Fragestellungen der Bildungsarbeit in Museen zu verhandeln.

Ein Signal

Kulturelle Bildung sowie Besucher*innenorientierung sind Kernaufgaben der Staatlichen Museen zu Berlin. Im Ensemble mit der James-Simon-Galerie, dem im Juli 2019 eröffneten Besucher*innenzentrum der Museumsinsel, repräsentiert Haus Bastian den Bildungs- und Vermittlungsanspruch der Institution an exponierter Lage. Die herausragende architektonische Qualität der Gebäude des Architekten David Chipperfield unterstreicht die Geste: Nur wenige Kulturinstitutionen stellten der Kulturellen Bildung bislang ein derartig prominentes Gebäude zur alleinigen Nutzung zur Verfügung. Somit ist das Zentrum für kulturelle Bildung im Haus Bastian mehr als ein großartiges Gebäude, mehr als ein großer Möglichkeitsraum für Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen, sondern ein kulturpolitisches Signal: Bildungs- und Vermittlungsarbeit erfährt die Wertschätzung und Sichtbarkeit, die sie in allen Museen erfahren sollte.

Schnittstelle der Museumssammlungen

Die Museumsinsel Berlin ist Ursprungsort und Herz der Berliner Museumslandschaft. An kaum einer anderen Stelle lässt sich die Idee der historisch gewachsenen und enzyklopädisch sammelnden Museumseinheit besser vermitteln als im Haus Bastian. Sammlungsübergreifende Fragestellungen sowie inter- und transdisziplinäre Methoden sind leitend für die Arbeitsweise des neuen Bildungszentrums. Die Besucher*innen spüren Verbindungslinien zwischen Kulturgütern der Kunst, Archäologie und Ethnologie von der Vor- und Frühgeschichte bis zur Gegenwart nach. Exemplarisch und mit großer Sichtbarkeit werden im halbjährlichen Turnus im sogenannten *Verstärker*, einer Aktionsfläche des neuen Bildungszentrums, Querschnittsthemen wie z.B. *Eins zu Eins? Von Bildern und Abbildern* oder *Was bist Du, Alter?* verhandelt.

Schnittstelle zur Stadtgesellschaft

Die Öffnung der Institutionen für alle gesellschaftlichen Gruppen und Mitglieder der Stadtgesellschaft ist ein herausragendes Ziel der Staatlichen Museen zu Berlin. Die Lage des neuen Bildungszentrums am Kupfergraben, die den Übergang vom städtischen Raum zur Museumsinsel markiert, ist somit programmatisch zu verstehen. In Kooperation mit verschiedenen Akteur*innen der Gesellschaft soll eine Angebotsstruktur entwickelt werden, die Besucher*inneninteressen berücksichtigt, Gestaltungs- und Handlungsspielräume eröffnet sowie unterrepräsentierte Nutzer*innengruppen fördert.

Programmbereiche

Die Programmatik des neuen Bildungszentrums zeichnet sich durch zwei Bereiche aus: *public* und *professional*. Diese stehen nicht isoliert nebeneinander, sondern verschränken sich in ihren Arbeitsweisen und Wirkungen.

Public: Eine vielfältige Angebotsstruktur aus z.B. Projekttagen und -wochen, Workshops, Seminaren und weiteren Formaten richtet sich an Museumsnutzer*innen. Die Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen wie Schulen, Kindergärten und Hochschulen, Kinder- und Jugendeinrichtungen zeichnet die Programmstruktur im Haus Bastian ebenso aus wie die Kooperation mit Interessensgruppen und Communities. Zudem gibt es Angebote, die in der Freizeit von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen wirksam werden.

Professional: Arbeitskreise, Tagungen und weitere Formate richten sich an Expert*innen aus Bildung, Kunst und Kultur, Politik und Gesellschaft. Institutionsübergreifend und interdisziplinär werden Themen wie gesellschaftliche Teilhabe, Inklusion oder politische Bildung in Museen verhandelt. Durch den Aufbau agi-



Außenansicht von Haus Bastian – Zentrum für kulturelle Bildung der Museen zu Berlin bei der Eröffnung im August 2019
(C) SMB/ Juliane Eirich



Alle sechs Monate wird ein neues leitendes Thema im sogenannten Verstärker multisensorisch präsentiert, hier: Was bist du, Alter?

© SMB/ Juliane Eirich

ler Netzwerkstrukturen und regelmäßige Veranstaltungen soll sich Haus Bastian als lokaler, nationaler und internationaler Treffpunkt für Profis der musealen Bildung etablieren. Ein differenziertes Fortbildungsprogramm steht Lehrer*innen, Museumsmitarbeiter*innen und Multiplikator*innen der Bildungsarbeit offen.

Modellprojekte

In großen regionalen wie überregionalen Bildungsprojekten werden im Haus Bastian zentrale Fragestellungen der Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen verhandelt. Die konzeptionellen Rahmungen verbinden experimentelle und reflektierende Arbeitsprozesse. In der Zusammenarbeit mit verschiedenen Nutzer*innengruppen und Expert*innen werden Strategien, Formate, Handlungs- und Kommunikationsformen der Bildungs- und Vermittlungsarbeit erprobt und ausgewertet. Hierbei sollen Möglichkeiten der Übertragbarkeit auf andere Museen aufgezeigt werden. In diesem Sinne versteht sich Haus Bastian als Motor für die Weiterentwicklung der Kulturellen Bildung innerhalb der Staatlichen Museen zu Berlin.

Im Herbst 2019 wurden folgende Modellprojekte gestartet:

- *Willkommen im Haus Bastian! Willkommen auf der Museumsinsel* (September 2019 – August 2021)
- *Ausnahmen sind hier die Regel. Inklusive Bildungsarbeit in Museen* (September 2019 – Dezember 2021)
- *Weg und hin! Museen erweitern ihre Wirkungsbereiche* (September 2019 – Dezember 2021)
- *Politische Bildung in Museen* (September 2019 – Dezember 2021)

Kontinuierliche Weiterentwicklung des Programms

Seit September 2019 wird das Programm des Bildungszentrums kontinuierlich weiterentwickelt. Dieses erfolgt in engem Austausch mit den Nutzer*innen sowie Expert*innen der Programmbereiche *public* und *professional*. Zudem erfolgt ein Abgleich zu den Leitlinien und Zielen des Referats Bildung, Vermittlung, Besucherdienste der Staatlichen Museen zu Berlin sowie den Sammlungen der Museen.

Die Programmstruktur der Initiierungsphase führt in die Programmatik, die Potenziale und die Nutzungsmöglichkeiten von Haus Bastian ein. Mitarbeiter*innen, Kooperations- und Kollaborationspartner*innen sowie Besucher*innen sollen durch die Arbeit in und mit dem Haus und seiner Nachbarschaft zur Museumsinsel Erfahrungen sammeln, die in die zukünftige Programmatik einfließen. Systematisch sollen z.B. verschiedene Querschnittsthemen erarbeitet, evaluiert und etabliert werden. Die Identifikation von Fragestellungen für große modellhafte Projekte der Bildungsarbeit wird ebenso angestrebt.

Zudem entwickeln seit September 2019 verschiedene Interessensgruppen, z.B. Studierende, ihre Vorstellungen für die zukünftige Nutzung von Haus Bastian.

Raumprogramm

Bildungs- und Vermittlungsarbeit benötigt Räume, die unterschiedlichen Bedürfnissen, Aktions- und Sozialformen gerecht werden. In diesem Verständnis wurden die ehemaligen Galerieräume im Haus Bastian in Lern-, Kommunikations- und Aktionsräume umgestaltet. Die Innenausstattung erfolgte in Zusammenarbeit mit raumlaberlin.

Im Zusammenspiel mit den historischen Ausstellungsräumen der Museen und den Außenräumen der Museumsinsel bietet das Raumprogramm im Haus Bastian ausgezeichnete Voraussetzungen für eine differenzierte Angebotsstruktur. Zur Verfügung stehen: eine *Verstärker* genannte Aktionsfläche im Erdgeschoss, zwei weitläufige Workshop-Allrounder, ein großer Seminar-Allrounder, eine Medienwerkstatt, ein Seminarraum sowie eine Bibliothek.

Bildung und Vermittlung bei den Staatlichen Museen zu Berlin

Die inhaltliche und organisatorische Verantwortung für Haus Bastian liegt im Referat Bildung, Vermittlung, Besucherdienste der Generaldirektion der Staatlichen Museen zu Berlin. Dieses ist als zentrale Bildungseinrichtung mit der Konzeption und Umsetzung von Angeboten in allen 15 Sammlungen des Museumsverbunds betraut.



Heike Kropff
bastian@smb.spk-berlin.de

Heike Kropff ist seit August 2013 Leiterin der Abteilung Bildung/ Kommunikation der Staatlichen Museen zu Berlin, Stiftung Preussischer Kulturbesitz. Zuvor Tätigkeiten an großen Museen in Essen, Münster, Bonn, Köln und Düsseldorf, Lehraufträge an Universitäten u.a. Berlin, Bochum, Hamburg.

Chillen, Surfen, Arbeiten in der Lounge

Eine neue Station der Visitor Journey
im Haus der Geschichte

Olivia Griese/ Simone Mergen

Im Jahr 2019 eröffnete das Haus der Geschichte in Bonn die Lounge, das neugestaltete ehemalige Informationszentrum mit Bibliothek und Medienangebot. In einem innovativen Entwicklungsprozess wurde unter Federführung des niederländischen Architekten Aat Vos ein neuer Raum kreiert. Das Ziel gelang, ein neues Angebot mit einer hohen Aufenthaltsqualität in einer modernen, flexiblen und zugänglichen Anmutung zu schaffen und die Nutzung der vorhandenen Bücher, Zeitschriften und Medien zu verbessern.

Die aktuellen Diskussionen um Räume im Museum sind auch befeuert von der Frage, wie Besucher*innen neue Erlebnisse von Räumen und Möglichkeiten des Aufenthalts geboten werden können. Die strikte Trennung in Ausstellungsräume als Orte der Präsentation bzw. Rezeption und andere öffentliche Bereiche wie Café, Foyer, Shop als Service-Orte verschwimmt zunehmend. Aufenthaltsqualität, Wechsel von Ruhe und Aufmerksamkeit, vor allem aber Gelegenheiten zum Verweilen und Gespräch – ohne Konsumzwang – stärken das Museum als einen

öffentlichen Ort, der für viele zugänglich und nutzbar sein möchte. Im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland bot sich mit dem Umbau des Informationszentrums eine Gelegenheit, einen solchen neuen hybriden Ort zu kreieren.

Die Anforderung

Das Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland verfügt seit seiner Öffnung über eine Bibliothek, die den Mitarbeiter*innen als Arbeitsbibliothek und dem Publikum als Präsenzbibliothek dient. Im Jahr 2018 erfolgte ihre Umgestaltung mit dem Ziel, mehr Publikum zu erreichen und das sogenannte Informationszentrum zu einem Ort für viele Besucher*innen des

Kokons in der Lounge
Foto: Haus der Geschichte



*Blick in die neugestaltete Lounge, Innenarchitektur: Co-Creation Aat Vos | Andreas Franke
Foto: Jürgen Ritterbach*



Museums zu machen. Das Team stand vor der Frage, welchen Charakter und welche Funktion dieser Ort im Haus im Rahmen eines Museumsbesuchs haben könnte.

Wichtige Inspiration bot die dynamische Entwicklung im Bereich der öffentlichen Bibliotheken, die ähnlich wie die Stiftung ein diverses Publikum bedienen, das alle Alters- und Bildungsschichten umfasst. Aufgrund ihres Selbstverständnisses als Bildungseinrichtungen sind viele Bibliotheken schon seit längerem darum bemüht, sich zu öffnen und ein breites, heterogenes und eher bildungsfernes Publikum anzusprechen. Museen können von dieser Entwicklung lernen. Sie wird auch von der Digitalisierung und der dadurch bedingten dezentralen Verfügbarkeit von Informationen beschleunigt: Öffentliche Bibliotheken wandeln sich immer mehr von reinen Hol- und Bring-Institutionen zu attraktiven Begegnungs-, Aufenthalts- und Lernorten, in denen ohne Konsumzwang auf verschiedenste Art und Weise Medien genutzt, Wissen erworben und vermittelt werden können. Dieser Trend ist – ebenso wie aktuell in der Museumswelt – inspiriert von der Theorie des Dritten Orts, die das Bedürfnis nach einem weiteren Ort für Begegnung und sozialem Leben neben Arbeits- und Wohnort beschreibt.¹

Auf der Suche nach konkreten Anregungen bot sich neben einigen attraktiven Beispielen aus Deutschland (u.a. Dresden, Hanau, Stuttgart) auch das Nachbarland Niederlande mit seinen vielfältigen innovativen Bibliotheksprojekten an.

Die Ziele

Im Rahmen eines Workshops wurden für die Neugestaltung Ziele erarbeitet: Der Raum sollte einen unverwechselbaren und einprägsamen Charakter bekommen – und den Museumsbesucher*innen neben den Ausstellungen Gelegenheiten zum Ausruhen und Verweilen, zum Gespräch, zum Surfen in den medialen Angeboten, zum Lesen, zu vertiefenden Recherchen und zum wissenschaftlichen Arbeiten bieten. Wir wollten die Zugänglichkeit durch einen attraktiven, offenen Eingangsbereich sowie die Verbindung zum benachbarten Museumscafé stärken. Besonders wichtig war uns das Nebeneinander verschiedener Nutzungsszenarien innerhalb des Raums. Die unterschiedliche Möblierung, Lichtgestaltung und Anordnung der

*Gesamteindruck der
Lounge, Innenarchitek-
tur: Co-Creation Aat Vos |
Andreas Franke
Foto: Jürgen Ritterbach*



Bücher, Zeitschriften und Medien sollten diese Zonierung intuitiv verdeutlichen. Der Raum sollte Möglichkeiten für Workshops und verschiedene kleinere Veranstaltungsformate schaffen.

Der Entwicklungsprozess

Der innovative Charakter war dem Projekt von Anfang an eingeschrieben: In einem von Aat Vos gestalteten und durchgeführten Design Thinking-Prozess entwickelten wir Konzept und Anforderungen an den neuen Raum. Beteiligt waren neben den Mitarbeiterinnen des Informationszentrums weitere Arbeitsbereiche des Museums wie Bildung und Vermittlung sowie Digitale Dienste. Dieses heterogene Team beschäftigte sich mit der Frage, welche Rolle der neue Ort für das Publikum des Hauses der Geschichte künftig spielen soll. Dazu brachten die Teilnehmer*innen unterschiedliche Kompetenzen und Expertise ein – eine wesentliche Bereicherung für den Entwicklungsprozess.

An fünf aufeinanderfolgenden Tagen erarbeiteten wir Schritt für Schritt Funktionalität, Nutzungsszenarien, Aufenthaltsqualität sowie darauf aufbauend Grundriss und Möblierung des Raums. Wir wählten aus unterschiedlichen Optionen unsere gemeinsamen Vorlieben für architektonische Gestaltung, Design, Licht- und Farbkonzept sowie Raumaufteilung aus. Aat Vos entwickelte diesen Input der Gruppe anhand von kreativen Methoden wie Spielen mit Kartensets, Kleingruppengesprächen und kollektiven Skizzenentwicklungen. Neben den konkreten gestalterischen und ästhetischen Ideen griffen wir immer wieder zurück auf die konzeptionellen Fragen nach der Rolle des Raums im Rahmen der gesamten Visitor Journey. Die Abgrenzung von dem emotional und ästhetisch intensiven Erlebnis der Dauerausstellung – also einer Umgebung, die inhaltlich stark belegt ist mit zeithistorischen Inhalten – half uns ebenfalls: Wir entschieden uns für eine Lounge, in der Kommunikation eine zentrale Rolle spielt, die aber nicht so intensiv mit inhaltlichen Eindrücken auf die Besucher*innen wirkt wie die Ausstellungen.

Im gemeinsamen Workshop konnten wir in einem Wechsel von Input und Weiterbearbeitung der Ideen dem Entwurf buchstäblich beim Wachsen zusehen. Im



Sinne des Design Thinking stellte Aat Vos immer wieder alternative Entwürfe zur Diskussion. Als erfahrener Trainer moderierte er das heterogene Team sicher durch diese kreativen und herausfordernden Aufgaben. Er sorgte für eine offene Kommunikationssituation mit Beteiligung aller Teilnehmer*innen auf Augenhöhe, die eine Vielzahl von Ideen und neuen Möglichkeiten freisetzte. Dieses Projektdesign trug wesentlich dazu bei, der völligen Neugestaltung des Raums und seiner Einbindung in alle Handlungsfelder des Museums große Akzeptanz zu verschaffen. Auch über das konkrete Projekt hinaus hat dieses innovative Vorgehen Strahlkraft für andere Projekte in der Stiftung entwickelt.

Die neue Lounge

Ergebnis des kollektiven Planungsprozesses war ein innovatives Konzept für eine völlig neue Raumgestaltung. Grundriss und Designentwürfe von Aat Vos wurden gemeinsam mit dem Architekturbüro Andreas Franke präzisiert und umgesetzt. Nach knapp fünfmonatigem Umbau konnte die neue Lounge am 17. Mai 2019 für das Publikum geöffnet werden. Die Bibliothek im Museum präsentiert sich nun als vielseitiger moderner Kommunikations- und Aufenthaltsort.

Im Eingangsbereich stehen kleine Tische wie in einem Kaffeehaus bereit, wo die Gäste per Selbstbedienung aus dem benachbarten Museumscafé heiße und kalte Getränke genießen und dabei Zeitungen und Zeitschriften lesen können. Gemütliche Sessel und Sofas laden zum entspannten Aufenthalt für Einzelbesucher*innen und Gruppen ein. Besonders originell sind eigens konzipierte Sitzmöbel, die dem Raum einen unverwechselbaren Charakter geben. Dazu gehören sogenannte Kokons und runde Sitzinseln mit Kissen, die besonders Jugendliche und Familien mit kleinen Kindern ansprechen. Für Einzelbesucher*innen und Workshop-Gruppen stehen ausreichend Arbeitstische zur Verfügung. Wissenschaftlich Interessierte können hier den umfangreichen Magazinbestand der Bibliothek (etwa 260 000 Bände) nach Vorbestellung nutzen. Halbhohe Buchregale präsentieren Teile des Buchbestands und fungieren zugleich als strukturierende Raumteiler. Sie lassen sich ebenso wie der größte Teil des Mobiliars leicht verschieben und machen den Raum

so flexibel für Veranstaltungsformate unterschiedlicher Art. Die fest im Raum integrierte kreisrunde Bühne ermöglicht bei entsprechender Bestuhlung Veranstaltungen mit bis zu 80 Personen, bietet aber auch Raum für Objektpräsentationen. Das *Zeitzeugenportal* der Stiftung erhält einen eigens ausgewiesenen Bereich, der durch das Logo und Leuchtelemente hervorgehoben wird. Ein besonderes Highlight sind die sogenannten Sonic Chairs, spezielle Hörmöbel, in denen der reichhaltige Zeitzeugenbestand auf Tablets zur Verfügung steht.

Evaluation

Die neue Lounge ist mit ihrer attraktiven Gestaltung und dem vielfältigen Angebot schnell zu einem Highlight im Haus der Geschichte geworden. Die Besuchszahlen haben sich seit der Neueröffnung mehr als verdoppelt.² Raumgestaltung und Medienangebot erhalten viel positives Feedback. Mit einer Besucher*innen-evaluation haben wir 2019 überprüft, ob die Ziele der Umgestaltung erreicht wurden. Dabei haben wir Besucher*innen befragt und ihr Nutzungsverhalten beobachtet.³ Die Ergebnisse belegen, dass die Lounge als Kommunikations-, Aufenthalts- und Rechercheort alle Altersgruppen anspricht. Auffällig ist die hohe Zahl der Wiederholungsbesucher*innen (über 60 Prozent). Rund ein Viertel der Loungebesucher*innen kommt gezielt ins Haus. Auch das Nebeneinander der verschiedenen Nutzungsarten wie Kommunikation, Entspannung, Information und Recherche funktioniert. Besonders erfreulich ist die hohe Akzeptanz des Medienangebots, die fast die Hälfte der Besucher*innen als wichtigen Besuchsgrund nennt. Damit wurde mit dem Umbau auch das Ziel erreicht, das attraktive Medienangebot besser zur Geltung zu bringen und durch eine lockere und offene Präsentation mehr Anreize zu schaffen, Bücher in die Hand zu nehmen.



Dr. Simone Mergen
mergen@hdg.de

Simone Mergen verantwortet seit 2008 als Bildungsreferentin bei der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland u.a. museumspädagogische Programme, Ausstellungsdidaktik und -evaluation.

Dr. Olivia Griesse
griesse@hdg.de

Olivia Griesse verantwortet seit 2008 als Wissenschaftliche Leiterin des Informationszentrums der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland u.a. den Bibliotheks- und Informationsservice.



- 1 Zur Entwicklung in öffentlichen Bibliotheken siehe Barth, Robert: *Die Bibliothek als Dritter Ort*. In: BuB-Heft 07/2015, www.b-u-b.de/die-bibliothek-als-dritter-ort/ [10.07.2020]; Straub, Veronika Katrin: *Öffentliche Bibliotheken als Dritter Ort. Prävalenz und Potential in deutschen Bibliotheken*. Stuttgart 2019; Hagenberg, Julia: *Ein Experiment des Dritten Ortes*. In: *Museumskunde* 85/2020, S. 38ff.
- 2 Von Juni bis Dezember 2019 konnten 83 792 Besuche gezählt werden, im gleichen Zeitraum 2018 waren es 41 245.
- 3 Die Evaluation führte markt.forschung.kultur von Juli-November 2019 durch. Es gab 100 Einzelbeobachtungen, 12 Situationsskizzen mit insgesamt 358 Personen und 150 Interviews mit Individualbesucher*innen.

Bauen und Wohnen

(T)raum und Wirklichkeit im Freilichtmuseum Glentleiten

Beate Lohner

Bauen und Wohnen – das sind nicht nur zentrale Themen im Freilichtmuseum, jede und jeder von uns hat sofort Anknüpfungspunkte an seine eigenen vier Wände samt Einrichtung. Diese persönliche Involviertheit wollen wir in der neu zu konzipierenden Ausstellung im Starkerer Stadel im Freilichtmuseum Glentleiten als Leitgedanken aufgreifen. Hier entsteht aktuell eine besucherorientierte Präsentation mit zahlreichen Mitmach- und Lernstationen zum Bauen und Wohnen in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

Gefüllte Räume – wie viel ist genug?

Stühle, Bücher, Teller, Schuhregal, Nachttischlampe, Sektgläser, Seifenspende, Bohrmaschine, Bratpfanne, Mikrowelle, Bleistift – diese Liste könnte man endlos weiterführen und würde auf viele tausend Gegenstände kommen, die unsere eigenen vier Wände füllen. In 82,8 Prozent der deutschen Haushalte steht laut Erhebung des Statistischen Bundesamts aus dem Jahr 2020 eine Kaffeemaschine, davon 19,7 Prozent Kaffeevollautomaten.¹ Auch die Zahl der Geschirrspüler (in 72,3 Prozent der deutschen Haushalte) sowie die Anzahl der Kühlschränke (99,8 Prozent) sind beachtlich. Diese Dinge sind in der deutlichen Mehrzahl der deutschen Wohnungen inzwi-

schen alltäglich geworden, sie sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Heute verfügt der deutsche Durchschnittshaushalt meist über ein Vielfaches an Einrichtungsgegenständen im Vergleich zu unseren Vorfahren. Doch was von unserem Hab und Gut brauchen wir wirklich? Wie viel ist genug? Wie gehen wir mit dem Raum und den damit verbundenen Ressourcen heute um? Was ist Überfluss? Über diese und weitere Aspekte rund um die Themen Bauen und Wohnen wollen wir in einer besucherorientierten Ausstellung den Dialog mit unseren Besucher*innen führen. Wir betreten als alltagshistorisches Museum mit der neu zu konzipierenden Mitmachausstellung Neuland, indem wir den Blick nicht nur in die Vergangenheit und Gegenwart, sondern explizit auch in die Zukunft richten wollen. So geht es bei dem Projekt *Starkerer Stadel* auch grundsätzlich um die Fragen: Wie können wir uns weiter für unser Publikum öffnen, Teilhabe ermöglichen und für künftige Herausforderungen relevant bleiben? Wie können wir als Freilichtmuseum ein wichtiges Forum für gesell-

Verschiedene Methodentische laden zum Mitmachen ein, hier: Mein Traumhaus

© Bezirk Oberbayern, Archiv Freilichtmuseum Glentleiten





Im Kleinanwesen aus Straß umfasst die gesamte Einrichtung nur 771 Einträge in der Museumsdatenbank: vom Bett über den Löffel bis zum Kruzifix

© Bezirk Oberbayern, Archiv
Freilichtmuseum Glentleiten

schaftlichen Austausch sein, fernab der vermeintlich guten alten Zeit? Die vier Wände sind das zentrale Thema, um die herum wir die Geschichten der Menschen erzählen. Der Blick in die Vergangenheit zeigt, dass der Lebensstil und damit auch die Einrichtung unserer Vorfahren häufig an den Notwendigkeiten des Alltags ausgerichtet war, ein »agrарischer Notwendigkeitsstil«², geboren aus einer Knappheitsgesellschaft, mit deren Ressourcen behutsam umgegangen werden musste. In die bäuerlichen Haushalte fand meist nur Eingang, was für Produktion und Reproduktion unbedingt notwendig war. Das Leben im Haus war geprägt von der Abhängigkeit von den Tages- und Jahreszeiten: ohne elektrisches Licht, ohne fließendes Wasser, ohne Zentralheizung. Heute sieht

es in unseren vier Wänden meist ganz anders aus. Die Geschichte der alltäglichen Dinge ist also auch eine Geschichte, wie langsam alles bequemer wurde.

Freilichtmuseen: mehr als nur Häuser

Über 60 original erhaltene Gebäude machen den ländlichen Alltag der Menschen Oberbayerns im Freilichtmuseum Glentleiten begreifbar. Sie wurden an ihrem Originalstandort abgetragen und auf dem Museumsgelände wiederaufgebaut. Im Freilichtmuseum sind die Häuser die Exponate. Sie erzählen mit ihrer Einrichtung und den Spuren vergangener Generationen ihre eigene Geschichte und die ihrer früheren Bewohner*innen. Das Freilichtmuseum ist ein Ort, der sich nicht nur der Hülle Haus widmet, sondern als alltagshistorisches Museum ganzheitlich das Exponat Haus unter die Lupe nimmt. So werden zum Beispiel Phasen der Innenraumgestaltung transparent, außerdem sind verschiedene Zeitschichten und unterschiedliche soziale Milieus darstellbar. Die Museumsbesucher*innen können Raumfunktionen erkennen und das einstige Alltagsleben im Haus zumindest gedanklich nachvollziehen. Ausgehend von den Gebäuden wird gezeigt, wie unsere Vorfahren den Alltag bewältigt haben, wie sie gelebt, gewohnt und gewirtschaftet haben.

Der Starkerer Stadel – ein offener und aktiver Raum

Der historische Bundwerkstadel Starkerer Stadel, eine ehemalige stattliche Scheune, in der einst Getreide und Stroh lagerten, wird im Zuge der Neupräsentation mit einer völlig überarbeiteten Innenraumgestaltung im nächsten Jahr seine Tore wieder öffnen und als Raum der Begegnung die Besucher*innen empfangen. Er bietet nach dem Eingangsgebäude einen ersten Point of Interest während des Museumsaufenthalts: Hier sollen Menschen mit zwei Kernthemen des Freilichtmu-

Architekturworkshop mit Jugendlichen zu Dreiecks-konstruktionen und deren Stabilität: Ein über elf Meter hoher Turm entsteht

© Bezirk Oberbayern, Archiv Freilichtmuseum Glentleiten



seums vertraut gemacht werden, nämlich der bauende Mensch und der wohnende Mensch. Das ganze Gebäude ist gedacht als eine Kontakt- und Aktivierungszone, in der untermauert wird, dass Museen mehr sind als bloß Wissensspeicher und Bewahranstalten. Der Leitgedanke bei der Konzeption der Räumlichkeiten soll das freie, selbstentdeckende Lernen und Erleben sein, bei dem sich die Besucher*innen mit Inhalten rund um die Themenkomplexe Bauen und Wohnen vertraut machen und auch sich selbst einbringen können. Es bietet sich hier die Chance, einen Raum zu schaffen, in dem eine persönliche und gesellschaftliche Reflexion über unseren Lebensstil stattfinden kann. Der *BauSpielplatz* als ein offener, partizipativer Raum befindet sich im Herzstück des Gebäudes. Fünf Themeninseln, die jeweils Kinder- und Erwachsenenebenen beinhalten, laden zur Auseinandersetzung mit den folgenden Fragen ein: Translozierung – Wie kommt ein Haus ins Museum? Wie bauen wir? Wie wohnen wir? Mit wem lebe ich zusammen und wie viel Platz habe ich? Mein Hab und Gut – Was besitze ich? Es sollen sowohl die historischen Bauweisen, die im Freilichtmuseum zu finden sind, als auch aktuelle Entwicklungen (z.B. Passivhaus, Gebäude aus dem 3-D-Drucker) miteinbezogen und auch ein visionärer Blick in die Zukunft gewagt werden: Wie wollen wir in Zukunft bauen und wohnen? Wo gibt es Parallelen, Rückbezüge auf die Vergangenheit oder ganz neue Denkweisen?

Viele Phänomene, die heute als modern und topaktuell gelten, wurden von unseren Vorfahren gelebt und praktiziert – und zwar nicht aus Lifestyle-Gründen, sondern meist aus der Not heraus geboren: Repair-Café, Urban Gardening, Tiny House, Microliving, Co-Housing, Upcycling – die Liste ließe sich lange fortsetzen. Das Thema Ressourcenverbrauch rund um das Bauen und Wohnen früher und heute soll unter die Lupe genommen werden. Wann hielten Wasser, Wärme und Licht Einzug in die Häuser unserer Vorfahren und haben den Arbeits- und Lebensalltag in vielerlei Hinsicht verändert? Wie verändert die Digitalisierung heute unsere Räume zu einem Smart Home? Wohin führt die Suche nach immer effizienteren Lösungen für moderne Bauvorhaben? Und wie sieht ein Baustoffkreislauf heute aus im Vergleich zu den Gebäuden früher? Wie wird die Zukunft des Bauens wohl weitergehen, wie werden wir in zwanzig, in fünfzig oder in hundert Jahren wohnen? Es geht nicht um einen Blick in die Kristallkugel, um eine Vorhersage der Zukunft,

sondern vielmehr um ein Öffnen von Horizonten. In immer kürzeren Zeitabständen erleben wir in unserem Alltag die Entstehung von Neuem. Ein Blick zurück in die Vergangenheit, in das Leben unserer Vorfahren, in die Museumshäuser als Anschauungsraum kann zum Nachdenken anregen und durchaus auch Impulse geben. Wir leben in einer Zeit der Herausforderungen des sozialen, demografischen und digitalen Wandels. Es geht darum, sich die Frage zu stellen, auf welche Zukunft wir hinarbeiten sollen und wollen. Im Starkerer Stadel sollen deshalb weniger Fakten vermittelt und Antworten präsentiert als vielmehr Fragen aufgeworfen und somit die Besucher*innen zum Weiterdenken motiviert werden. Es soll die persönliche Auseinandersetzung mit Architektur und Bauformen gefördert und dabei das Gestern mit dem Heute und dem Morgen verbunden werden. Letztlich geht es um die Frage, wie wir heute und in Zukunft leben wollen.

Ein Zukunftsraum für die Vermittlungsarbeit

Eine spannende Frage: Wie wollen wir in Zukunft wohnen? Diese Frage haben wir an Jugendliche gestellt – und ebenso die Frage nach ihren Lebens(t)räumen rund ums Bauen und Wohnen: innovative Konzepte und kühne Visionen oder doch eher der Traum vom klassischen Einfamilienhaus? Die Jugendlichen waren sich zumindest in einer Frage weitgehend einig: Nicht nur das Wohnen wird sich verändern, auch das Zusammenleben. Im *BauSpielPlatz* verstehen wir Bauen und Architektur als einen kreativen Prozess. Es geht darum, selbst etwas auszuprobieren, Neues herauszufinden und auf spielerische Art und Weise Physik, Mathematik und Naturwissenschaften kennenzulernen: Kompetenzerwerb durch Erfahrung und Selbermachen, zum Beispiel im Rahmen einer Baukunstaktion die Errichtung eines über elf Meter hohen Turms aus Bambusstecken. Für die Konzeption der besucherorientierten Ausstellung haben wir darüber hinaus Schüler*innen sowie Familien befragt und sie verschiedene exemplarische Modelle und Aktivstationen ausprobieren lassen. Auf dieser Basis werden wir die interaktiven Bau- und Spielstationen entwickeln. Für ein lustvolles und nachhaltiges Lernen wollen wir die Neugierde der Kinder und Jugendlichen wecken und ihnen die Möglichkeit geben, sich Wissen selbstbestimmt anzueignen. Beim Bauen und Konstruieren erkennen die Kinder und Jugendlichen, dass sie ihre Umwelt gestalten können. So wollen wir mit unseren Angeboten in der Kulturvermittlung Anregungen bieten, wie die Besucher*innen ihre gebaute Umwelt sowie die sie umgebenden Räume wahrnehmen, eine kritische Reflexionsfähigkeit unterstützen und zu einem zukunftsfähigen Denken und Handeln motivieren.



Beate Lohner
beate.lohner@glentleiten.de

Beate Lohner M.A. leitet die Kulturvermittlung im Freilichtmuseum Glentleiten des Bezirks Oberbayern.

- 1 Vgl. www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Ausstattung-Gebrauchsgueter/Tabellen/liste-haushaltsgeraete-d.html [12.11.2020].
- 2 Vgl. Hauser, Andrea: *Dinge des Alltags. Studien zur historischen Sachkultur eines schwäbischen Dorfes*, Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen Bd. 82. Tübingen 1994.

Von Open Spaces zu Digitalen Räumen

Das Projekt Creative Collections/ museum x am Badischen Landesmuseum Karlsruhe

Christiane Lindner

Das Digitale bietet viele Möglichkeiten, um partizipative Denk-, Handlungs- und Begegnungsräume zu schaffen. Im Projekt *Creative Collections* werden neue digitale Formate gemeinsam mit der Bürgerschaft entwickelt und im Open Space *museum x* über das Museum der Zukunft diskutiert. Die umgesetzten Digitalkonzepte bieten neue Zugänge zu den Sammlungen des Museums und Raum für Dialog und Partizipation. Im Nachfolgeprojekt *museum x.o* wird nun der digitale Raum konsequent für das Museum erschlossen.

*Roboter Xaver
im museum x 2019
© Badisches Landesmuseum/
ARTIS – Uli Deck*

Museen befinden sich in einem Transformationsprozess. Megatrends¹ wie die globale Vernetzung und Digitalisierung ermöglichen schnellen Austausch, fördern Kollaborationen über Grenzen hinweg und lassen Nutzer*innen zu Produzent*innen



ihrer eigenen Inhalte werden. Dadurch verändert sich die Erwartungshaltung auch an die Museen. Um gesellschaftlich relevant zu bleiben, positionieren sich immer mehr Häuser neben den althergebrachten Museumsaufgaben des Sammelns, Bewahrens und Vermittelns als Orte für Dialog und aktuelle gesellschaftliche Fragen. Das Digitale mit seiner per se auf Partizipation angelegten Kultur bietet sich dafür in besonderem Maße an. Das von 2018 bis 2020 am Badischen Landesmuseum Karlsruhe durchgeführte Projekt *Creative Collections/ museum x* nutzte die Möglichkeiten des Digitalen, um partizipative Denk-, Handlungs- und Begegnungsräume zu schaffen.²

Raum für Partizipation

Das Badische Landesmuseum ist das große kulturhistorische Museum für den badischen Landesteil. Es präsentiert die Kultur Badens von der Urgeschichte bis in die Gegenwart im Dialog mit Zeugnissen der Kulturen der Welt mit dem Schwerpunkt Europa. In den nächsten Jahren wird das Haupthaus im Karlsruher Schloss saniert und neu eingerichtet werden. Dafür wurde ein neues Museumskonzept entwickelt: Wie in Bibliotheken können Besucher*innen zukünftig zu aktiven Nutzer*innen werden. Wichtige Bestandteile sind die Nutzung digitaler Möglichkeiten und ein neues Sammlungsausstellungsformat, die sogenannte *Expothek*, eine Art Schaudepot, die es Besucher*innen ermöglicht, mit einem Nutzer*innenausweis Objekte zu bestellen, sich vorlegen zu lassen und im Beisein geschulter Mitarbeiter*innen anzufassen. So können Nutzer*innen direkt mit den Objekten interagieren.

Das Projekt *Creative Collections* baut auf diesem Konzept auf. Hauptziel ist es, unter Einbeziehung der Nutzer*innen neue digitale Wege ins Museum zu schaffen. Dazu wurde in einem ersten Schritt von meinem Kollegen Johannes Bernhardt ein breit angelegter Partizipationsprozess gestartet. Im Jahr 2018 konstituierte sich ein Beirat aus 50 interessierten Bürger*innen, der in mehreren Treffen mit Methoden des Design Thinking Prototypen für neue digitale Formate entwickelte. Parallel dazu wurde ein für alle Interessierten nach der Methode eines BarCamp organisiertes offenes MuseumCamp durchgeführt, aus dem ebenfalls eine Vielzahl an neuen Ideen entstand.

Um diesen Partizipationsprozess zu verstetigen und an einem festen Ort zu versammeln, wurde Ende 2019 das *museum x* als Open Space eingerichtet. Auf 500 qm im Erdgeschoss des Museum beim Markt ist ein offener Raum im Zentrum der Stadt entstanden, der dem gemeinsamen Fragen nach dem Museum der Zukunft gewidmet ist. Das *x* ist bewusst gewählt und soll anzeigen, dass diese Zukunft noch offen und gemeinsam gestaltbar ist. Neben eigenen Veranstaltungen, etwa zu den Themen Gaming oder Künstliche Intelligenz, kann das *museum x* auch von Bürger*innen als Treffpunkt, Arbeitsort und für eigene Veranstaltungen genutzt werden. Damit setzt das *museum x* an den Debatten um Museen als Dritte Orte an. Ende 2019 fand dort auch der erste *Hackathon x* statt, in dem Programmierer*innen und Studierende eingeladen waren, neue digitale Tools für das Badische Landesmuseum zu entwickeln. Als Reaktion auf die durch die Covid-19-Pandemie verursachte Krise und um den gesteigerten Bedarf an Arbeitsplätzen zu decken, wurde für das *museum x* das Konzept eines distanced working space entwickelt, das nach Wiedereröffnung des Museums umgesetzt werden könnte.

Neue Räume im Museum

Aus den Partizipationsprozessen sind viele innovative Prototypen entstanden, von denen eine Auswahl derzeit umgesetzt wird. Die Digitalprojekte setzen dabei direkt an den Bedarfslagen der Bürger*innen an, um Personalisierung, Individualisierung und spielerische Zugänge zum Museum zu bieten. Zunächst wurden im *museum x* zwei humanoide Pepper-Roboter implementiert, die als interaktive Begrüßungspunkte dienen und den Besucher*innen einen individuellen Zugang zum Museum bieten. Neben allgemeinen Informationen zum Museum können die Besucher*innen in einer ersten selbst programmierten Quiz-App erraten, welche unglaublichen Geschichten über das Museum wahr oder falsch sind und erhalten darauf basierend Tipps für den weiteren Museumsbesuch. Ganz auf die Bedürfnisse der Besucher*innen abgestimmt ist ein derzeit in Entwicklung befindliches Führungsformat. Ausgehend von der Interessenslage der Besucher*innen führt ein Pepper-Roboter durch die Design-Abteilung im Museum beim Markt und bietet Informationen zu dazu passenden Objekten.

Daneben sind auch drei verschiedene Apps in Entwicklung, die neue Zugänge zu den Inhalten und Sammlungen des Museums schaffen. In einer aus dem *Hackathon x* hervorgegangenen Kooperation wird gerade eine App für Schnitzeljagden umgesetzt, die einen spielerischen Zugang zu den Sammlungen ermöglicht und in einer Ausbaustufe auch die Pepper-Roboter miteinbeziehen wird. Die Web-App *Dein Geschenk* wiederum setzt an den Bedürfnissen nach Individualisierung und Mitgestaltung an. Als schnelle Reaktion auf die Pandemie und die damit verbundenen temporären Museumsschließungen konzipiert, ermöglicht sie den Nutzer*innen, eigene virtuelle Museumstouren zu erstellen und als Geschenke an ihre Liebsten zu verschicken. In einer Ausbaustufe ist es möglich, öffentliche Geschenke zu erstellen, die in einem Geschenkeladen als Touren für andere Besucher*innen angeboten werden. Anstelle des klassischen, vom Museum kreierten Audio- oder Medienguide wird so ein Raum geschaffen für die persönlichen Narrative der Besucher*innen. Durch gezielte Aufrufe, Geschenke zu bestimmten Themen zu erstellen, kann die Web-App dazu genutzt werden, einen digitalen Raum mit vielen verschiedenen Perspektiven entstehen zu lassen.

Komplementär zu *Dein Geschenk* bietet die App *Ping! Die Museumsapp* einen spielerisch-emotionalen Zugang zu den Sammlungsinhalten. In einer an Dating-Apps wie Tinder angelehnten Chatmechanik können Besucher*innen mit Objekten in Dialog treten und sie im Museum besuchen. Die emotionale Ansprache und die Mechanik des Dialogs führen dabei zu einer intensiven Auseinandersetzung mit Objekt und Inhalten. Durch die breite partizipative Einbindung verschiedener Autor*innen innerhalb des Museums, aber auch aus der Bürgerschaft, entstehen eine große Vielstimmigkeit und unterschiedliche Positionen, zu denen sich die Nutzer*innen äußern und verhalten können. Sowohl *Dein Geschenk* als auch *Ping!* bieten nicht nur neue Zugänge zu den bestehenden Sammlungen, sie erlauben es auch, das Museum auf eine neue, individuelle Art zu erleben. Die in beiden Apps vorhandenen Möglichkeiten, subjektive Positionen zuzulassen, ermöglichen es, im digitalen Raum in einen Dialog mit und über Objekte und Themen zu treten.

Web-App Dein Geschenk
2020

© Badisches Landesmuseum/
ARTIS – Uli Deck



Das Museum als digitaler Begegnungsraum

Aus dem Projekt *Creative Collections* heraus sind zwei Anschlussprojekte entstanden, die Digitalität und Partizipation konsequent weiterdenken und neue Räume erschließen. Im Projekt *Creative-User-Empowerment* wird das digitale Tool *iCurator* entwickelt, das es Nutzer*innen ermöglicht, mithilfe von Künstlicher Intelligenz zu Kurator*innen ihrer eigenen Inhalte zu werden. Die Covid-19-Pandemie und die damit verbundene Schließung der Museen hat gezeigt, dass Museen nicht nur im analogen Raum existieren, sondern ihre Reichweite auch in den digitalen Raum ausdehnen können und müssen. Hier setzt das Projekt *museum x.o* an, das im Januar 2021 gestartet ist.³ Ziel ist die Entwicklung einer digitalen Museumsplattform, die es dem Museum ermöglichen soll, schnell auf aktuelle Ereignisse zu reagieren. Das Museum kann sowohl in Dialog mit seinen Nutzer*innen treten als auch die Nutzer*innen untereinander in Dialog bringen und schließlich eine gemeinsam zu gestaltende neue digitale Museumserfahrung bieten. In einer konsequenten Fortführung des Museumskonzepts werden Besucher*innen auf der Plattform von Nutzer*innen zu aktiven Mitgestalter*innen. So kann auch das digitale *museum x.o* zu einem offenen Raum für Diskussion und Begegnung werden.



Christiane Lindner
christiane.lindner@landesmuseum.de

Christiane Lindner leitet das Projekt *museum x.o* am Badischen Landesmuseum. Davor war sie für die Umsetzung digitaler Konzepte und die Leitung des Projekts *Creative Collections/ museum x* verantwortlich.

- 1 Megatrends im Sinn des von dem Zukunftsforscher John Naisbitt geprägten Begriffs.
- 2 Siehe www.landesmuseum.de/creative [29.01.2021].
- 3 Siehe www.museum4punkt0.de/museum-x-o-auf-dem-weg-zum-digitalen-museum/ [29.01.2021].

Museale Räume als soziale Aushandlungsorte

Einblick in die Museumsentwicklung in Weimar

Regina Cosenza Arango

Museen sind soziale Räume und Orte der Kommunikation. Für und mit wem – diese Entscheidungen werden meist in einer nicht einsehbaren Black Box entschieden, zu der das Publikum und ein Großteil der Museumsmitarbeiter*innen keinen Zutritt haben. Für zwei neue Museen in Weimar wurden mithilfe abteilungsübergreifender Prozesse, interdisziplinärer Methoden und der Beteiligung von Schüler*innen mit unterschiedlichen Hintergründen und Nutzungsanforderungen alternative Formen des Aushandelns erprobt.

Räume als soziale Aushandlungsorte

Museen sollten Dritte Orte sein. Denn Dritte Orte sind Voraussetzung für ein gelungenes Leben, neben dem Ersten Ort Zuhause und dem Zweiten Ort Arbeit bzw. Schule. Als Beispiele nennt Ray Oldenburg, der den Begriff 1989 eingeführt hat, Pubs, Cafés und Biergärten – also soziale Räume und Orte der Kommunikation.¹ So ein Ort könnte auch das Museum sein!

Kann es das? Oder werden die deutschen Museen mit ihren über 110 Millionen Besuchen nicht eher von einem überwiegend homogenen Stammpubli-

Bauhaus-Spiele im Gartengeschoss des Bauhaus-Museums Weimar

© Klassik Stiftung Weimar/
Henry Sowinski



kum besucht? Ist es nicht so, dass statt Inklusion und ständiger Transformation vielmehr (un)bewusste Ausgrenzungsmechanismen und Bewahrungsstrategien in der Tradition von Museen liegen? Dafür spricht zumindest die Diskussion um die Überarbeitung der ICOM-Museumsdefinition, die derzeit auch in Deutschland geführt wird. So haben 80,8 Prozent der beteiligten ICOM Deutschland-Mitglieder geantwortet, dass sie eine Reform der noch gültigen Museumsdefinition nicht für notwendig halten.²

Warum ist das so? Die Umfrage wurde nicht bei Bürger*innen, sondern bei Museumsmitarbeiter*innen gemacht. Wir Kurator*innen, Forscher*innen, Restaurator*innen und Vermittler*innen sind eine sehr homogene Gruppe mit einem überwiegend bildungsbürgerlichen und weißen, europäischen Hintergrund und somit eher das Gegenteil als der Spiegel der Gesellschaft. Das sollten wir aber sein! Denn nur so könnten wir die Anschlussfähigkeit des Museums herstellen. Und doch – obwohl nur unzureichend reflektiert und mit der Begründung der eigenen Professionalität in Windeseile negiert – hat die Zusammenstellung des Museumsteams und vor allem der Entscheidungsträger*innen sehr wohl Einfluss auf das Programm und die erwartete Besucherschaft. Die »Krise der Repräsentation«³ ist schon längst im Museum angekommen.

Wie können wir dieser in Museumsentwicklungsprozessen entgegenwirken? Im Folgenden möchten wir aufzeigen, wie Beteiligungsprozesse sowie eine interdisziplinäre abteilungsübergreifende Zusammenarbeit helfen können, Raumkonzepte für das Museum auszuhandeln.

Ein Werkstatt-Café für das Museum Neues Weimar

Was erwarten unsere Besucher*innen jenseits des Ausstellungsbesuchs? Wie können wir das Museum Neues Weimar, das 2019 im Windschatten des Bauhaus-Museums mit neuer Themenausrichtung eröffnet werden sollte, zu einem Lieblingsort machen? Diese Fragen haben sich die Kurator*innen der neuen Dauerausstellung und die Bauhaus Agenten⁴ gleich zu Beginn der Museumsentwicklung gestellt. Gemeinsam entwickelte das interdisziplinäre Team eine Ausstellung, die sowohl auf Interaktivität setzt als auch auf ein kulturgeschichtliches Narrativ.⁵ Mindestens genauso wichtig für die Profilierung des neuen Museums sind jedoch die öffentlichen Bereiche. Das Museum Neues Weimar verfügt als ein aus dem 19. Jahrhundert stammender Museumsbau über die typische Architektur mit einem repräsentativen Museumsentree, einem kleinteiligen, denkmalgeschützten Foyer und Säulensälen. Die Funktionsbereiche, die das Museum zu einem Dritten Ort – also einem Lieblingsort – machen, finden in solchen Bauten meist keinen Platz oder verschwinden im Keller. Dieser Bereich liegt im Museum Neues Weimar im Sockelgeschoss und verfügt über einen separaten Eingang. Er wurde in der Vergangenheit als Restaurant verpachtet. Mit dem Neubeginn wollten wir eine Gesamtkonzeption, die neben dem Museumspublikum auch die breite Stadtgesellschaft anspricht.

Ausgehend vom Sammlungsschwerpunkt mit der Kunstgewerbeschule von Henry van de Velde entwickelten wir ein Gesamtkonzept, das Gastronomie, Werkstätten und einen historischen Werkstattbestand verknüpft und so selbst zum Anziehungspunkt werden sollte. Schnell wurden Recherchen eingeholt und zusammen mit den Kurator*innen ein Konzept erstellt, das an die Do it Yourself-Bewe-

gung anknüpft (DiY). Die Idee des Werkcafés als erstes museales Werkstatt-Café und das benachbarte *Buchwerk* als nutzbare historische Bauhaus-Werkstatt entstand. Als wir unser Konzept im Januar 2017 dem Direktorium der Klassik Stiftung Weimar vorstellten, ernteten wir reichlich irritierte Blicke und Fragen. Wie kommen die Cafébesucher mit dem Lärm und den tobenden Schüler*innen der Werkstatt klar? Ist ein Selbstbedienungscafé ausreichend für ein repräsentatives Museum? Wie lässt sich unsere Idee trotz der komplexen Struktur und damit Zuständigkeiten und divergierender Interessen, etwa von Baudirektion, Denkmalpflege, Liegenschaftsmanagement und Museumsdirektion realisieren sowie in einen funktionierenden Prozess verwandeln? Die Einwände haben gezeigt, dass es zwischen Entscheidungsträger*innen und Arbeitsteam ganz unterschiedliche Vorstellungen vom Museumsalltag und den gewünschten Besucher*innen gibt. Statt konstruktiv zu streiten und offen über Zielgruppen zu sprechen, wurden Marktanalysen und externe Expertisen gefordert. Diese bestätigten den Innovationscharakter bei geringem wirtschaftlichen Risiko und empfahlen eine Zusammenarbeit mit einem gastronomischen Jungunternehmen, das wir gewinnen konnten.

Mit einigem Verzug und trotz aller Skepsis gingen wir in die Gestaltung. Dabei waren zwei Prozesse wichtig: Zum einen haben wir im Februar 2018 in einem sozio-kulturellen Zentrum eine Zwischenwerkstatt errichtet, in der wir über ein Jahr verschiedene Formate und Methoden mit einem breiten Publikum erproben konnten. Dies wurde ergänzt von punktuellen Pop Up-Werkstätten im öffentlichen Raum. Zum anderen war eine Kooperationsschule der Bauhaus Agenten in die Gestaltung der Werkstätten einbezogen. Schüler*innen einer Gestaltungsfachschule haben ausgehend von ihren eigenen Nutzungsanforderungen Entwurfsskizzen erstellt und als CAD-Übung im Unterricht visualisiert. Diese wurden dem ausgewählten Gestalter-Duo NoBla übergeben. Sie entwickelten multifunktionale Räume, die den gastronomischen Alltag bestehen sowie zum Verweilen und Selbermachen einladen.

Das Bauhaus-Museum jenseits seiner vier Wände

»Das Bauhaus lässt sich nicht allein innerhalb eines Gebäudes beziehungsweise innerhalb eines rein musealen Kontextes verhandeln oder vermitteln.«⁶ Dies vermerkte Maxi Götze, eine der drei Bauhaus Agenten aus Weimar bereits 2017. Tatsächlich waren es die ersten Erfahrungen mit Schulen, die gezeigt haben, wie groß das Potenzial für ein Bauhaus-Museum außerhalb der Ausstellung und außerhalb seiner vier Wände ist. Schon zuvor wurde das fünfgeschossige Museum mit zwei kostenfrei zugänglichen Etagen und einer möglichst weit nach hinten verschobenen Bezahlshranke geplant. Die Architektur wurde zwar als geschlossener Baukörper konzipiert, im Inneren aber unterstützen die springenden Balkone als große Fenster die Verbindung der verschiedenen Museumsbereiche und Etagen. So wie im benachbarten Museum Neues Weimar gibt es keine klaren Trennungen zwischen Wartebereichen, Café, Shop und ersten Vermittlungsangeboten. Die Gäste sollen das Museum als öffentlichen Raum wahrnehmen, genauso wie den neu geschaffenen Museumsvorplatz und den benachbarten Park.

Dies funktionierte allerdings nicht von Beginn an. Einzelne Zonen im öffentlichen Bereich waren zur Eröffnung im April 2019 auch aufgrund der knappen

Planungs- und Bauzeit noch nicht bespielt, und es fehlte an Einladungsgesten. Dies zeigten auch viele Besucher*innenrückmeldungen, die von Beginn an systematisch ausgewertet wurden. Die Leerstellen gaben uns die Möglichkeit, die Besucher*innenerwartungen und tatsächlichen Museumsabläufe besser kennenzulernen und gezielt an vielen verschiedenen Stellen innerhalb und außerhalb der Ausstellung neue Impulse zu setzen. Ein wichtiges Projekt war hierfür das *Fest am Platz*, das wir im Sommer 2019 durchgeführt haben, um die Möglichkeiten des neuen Vorplatzes auszuprobieren. Das Fest wurde partizipativ geplant und richtete sich bewusst an die Region und Nachbarschaft, die zur Mitgestaltung eingeladen wurde. Dazu gehörte auch die hiesige Skater-Szene, die wir in das Tagesprogramm einbezogen. Seither nutzen die Skater*innen fast täglich den Vorplatz und beleben die große Fläche auch außerhalb der Touristensaison. Ein weiteres Beispiel ist die große Multifunktionsfläche zwischen der Café-Zone und den WCs im Gartengeschoss. »Mehr Farbe, mehr Spaß« forderten Schüler*innen in einem Workshop auf unserer Bauhaus Agenten-Jahreskonferenz im Juni 2019, »mehr Bauhaus« forderten die Tourist*innen. Die unterschiedlichen Rückmeldungen flossen in ein Medienprojekt, für das wir das Kollektiv Denkigami gewinnen konnten. Die Medienkünstler erarbeiteten mit einer Kooperationsschule Gestaltungsideen rund um die Bühnenraumkonzepte des Bauhäuslers Andor Weiniger und gestalteten daraus wiederum eine interaktive Projektion, die seit Mai 2020 die Bewegungen der Gäste in lebendige (und bunte) Grafiken übersetzt.

Die Erfahrungen im Bauhaus-Museum zeigen: Wenn wir die sich verändernden Bedürfnisse der Besucher*innen ernst nehmen, dann kann es keine 10-Jahres-Setzung geben, weder in der Ausstellung noch im Foyer. Die Museumsarbeit bleibt stets ein Aushandlungsprozess, das Museum stets in Bewegung.



Regina Cosenza Arango
regina.cosenza@klassik-stiftung.de

Regina Cosenza Arango ist Referentin für Kulturelle Bildung und verantwortete als Kulturvermittlerin bei der Klassik Stiftung Weimar bis 2020 das Programm Bauhaus Agenten. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Outreach, Museums- und Publikumsentwicklung.

- 1 Vgl. Oldenburg, Ray: *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at the Heart of a Community*. New York 1989.
- 2 Vgl. www.icom-deutschland.de/images/Nachrichten/PDF/20200217_ICOM_Auswertungsergebnis_final.pdf [16.10.2020].
- 3 www.bpb.de/apuz/234693/repraesentation-in-der-krise [16.10.2020].
- 4 Siehe www.bauhaus-agenten.de [26.11.2020].
- 5 Siebler, Johannes: *Hands-On. Museumsentwicklung mit Jugendlichen für das Neue Museum*. In: Feldhoff, Silke & Kolb, Karin (Hg.): *Das Museum ist mehr als seine Ausstellungen*. Berlin 2018, S. 74-77.
- 6 Götze, Maxie: *Das Museum platzt aus allen Nähten. Oder: Relevant wird, was rausgeht*. In: Feldhoff, Silke & Kolb, Karin (Hg.): *Das Museum ist mehr als seine Ausstellungen*. Berlin 2018, S. 66.

Die unbekannte Dritte

Das Museum für Kunst und Gewerbe, die Nachbarschaft und der Versuch einer Öffnung

Das urbane Umfeld stellt das Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg in seiner gesellschaftlichen Wirkung und Verankerung vor Herausforderungen und Chancen. Über das Agieren im großstädtischen Raum, Diversität, Öffnung, Social Design und den Freiraum als Ort der gegenseitigen Vermittlung von Museum und Stadt diskutieren Tulga Beyerle, Silke Oldenburg, Nina Lucia Groß, Tilman Walther und Alex Römer.¹

In welchen urbanen Kontexten und Nachbarschaften ist das Museum verortet?

Tulga Beyerle: Das Gebäude am Steintorplatz, in dem sich das MK&G befindet, beherbergte zur Eröffnung 1877 neben dem Museum auch zwei verschiedene Schulen. Ganz bewusst war das Gebäude außerhalb der Stadt, mit einer Orientierung ins Grüne, positioniert worden. Man muss sich bewusst sein, dass der Hauptbahnhof zu diesem Zeitpunkt noch nicht gebaut worden war. Heute liegt das MK&G neben dem Hauptbahnhof und dem Zentralen Omnibus Bahnhof (ZOB), auf einer Insel zwischen zwei stark befahrenen Straßen.

Wie reagiert das Museum auf diese Settings, wie agiert es darin?

TB: In unmittelbarer Nähe befinden sich auch das Drob Inn, eine Kontakt- und Beratungsstelle für Drogenkonsument*innen mit integriertem Drogenkonsumraum sowie die Zentralbibliothek der Bücherhallen Hamburgs. Die sich daraus ergebende



Eröffnung des Freiraums
Foto: MK&G

Mischung an Menschen, die aus unterschiedlichen Gründen ankommen, abreisen oder die Umgebung als ihren angestammten Ort des sozialen Austauschs und Aufenthalts empfinden, ist spannend, aber auch eine Herausforderung.

*Welche Rolle spielt für das MK&G Umgang mit Besucher*innen aus urbanem Kontext?*

Silke Oldenburg: Das MK&G ist ein international renommiertes Museum, dessen Wirkungsfeld seinen Ausgangs- und Schwerpunkt in Hamburg hat. Über 50 Prozent der analogen Besucher*innen kommen aus Hamburg; 2020 hat sich der Anteil aufgrund der Corona-Pandemie und des fehlenden touristischen Publikums nochmals erhöht. Somit spielen das regionale Publikum, der urbane Kontext und die Nachbarschaften für das MK&G eine ganz wichtige Rolle. Dabei schafft es das MK&G immer wieder, Erstbesucher*innen zu gewinnen.² Der Anteil liegt bei gut einem Drittel. Gelegenheitsbesucher*innen (max. 1 Besuch in den letzten 12 Monaten) machen rund 45 Prozent aus, Stammesbesucher*innen rund 20 Prozent. In unserer Audience Development Strategie haben wir uns vorgenommen, weiterhin neue Besucher*innen zu gewinnen und bestehende ans Haus zu binden. Der *Freiraum* kann mit seinen Angeboten einen Beitrag dazu leisten.

Was bedeutet für das MK&G Social Design? Welche Rolle spielte die entsprechende Ausstellung im Jahr 2019?

TB: Ausgehend von der Ausstellung *Social Design* war es uns wichtig, nicht nur über Social Design im Museum zu sprechen, sondern uns aktiv mit unserer Umgebung auseinanderzusetzen. Gemeinsam mit ConstructLab wurde die unmittelbare Nachbarschaft analysiert, aber auch konkret Kontakt zu den Nachbar*innen aufgenommen. Diese Analyse und der Austausch halfen uns, unsere Anrainer*innen besser zu verstehen, vor allem aber über die neuen Beziehungen eine neue Art der nachbarschaftlichen Gemeinschaft zu entwickeln. Sehr spannend war auch die präzise Analyse der physischen Umgebung, aus der deutlich hervorging, dass unterschiedliche Player der Stadt sich in erster Linie darauf konzentrierten, Aufenthalt abzuwehren, zu verhindern. Tatsächlich gibt es das Problem der Zerstörung durch Drogenkonsum, nicht nur die Selbstzerstörung, sondern auch Zerstörung auf der Suche nach vermeintlich versteckten Drogen.

Welche Auswirkungen hat das Setting auf die strategische Auswirkung des Hauses?

TB: Wir sind der Überzeugung, dass nur Schönheit und Respekt ein Weg des gemeinsamen Miteinanders sein können. Strategisch bedeutet das, dass wir uns darum bemühen werden, die Aufenthaltsqualität rund um das Gebäude zu verbessern, sodass sich auch Menschen eingeladen fühlen zu bleiben, die potenziell auch das Museum besuchen wollen, nicht nur ankommen oder abreisen. Ebenso wichtig ist die Durchlässigkeit des Museums. Der *Freiraum* ist ein Schritt dahin. Seit September 2020 ist er als neuer Treff-, Pausen- und Projektraum kostenfrei während der Öffnungszeiten des Museums zugänglich. Gemeinsam mit unseren Nachbar*innen, mit aktiven und uns verbundenen Communities der Stadt können wir eine Botschaft senden, eine der Öffnung statt Abschottung, des gesellschaftlichen Miteinanders.

SO: Wir möchten weiterhin die Diversität unseres Publikums steigern. Hier spielen soziale Herkunft und Kultur (Ethnie), sexuelle Orientierung, Religion und Welt-

anschauung sowie Inklusion eine wichtige Rolle. Hamburg bildet diese Vielfalt einer städtischen Gesellschaft ab, sodass der urbane Kontext eine ideale Ausgangslage bildet und auch dazu verpflichtet, so vielen unterschiedlichen Menschen wie möglich einen kreativen und individuellen Zugang sowie Teilhabe zu ermöglichen. Der *Freiraum* öffnet sich in diese Richtung.

Warum ist es besonders zurzeit wichtig, öffentliche Räume auch physisch zu öffnen und umzudeuten?

TB: Mir war schon lange wichtig, dass es in der Stadt konsumfreie Räume gibt, das Museum solche Räume anbietet und eine generelle Einladung ausspricht an Menschen, die nicht unbedingt am Museum teilnehmen wollen. Ich konnte nicht ahnen, dass nach der Umsetzung dieser Idee mit dem *Freiraum* eineinhalb Jahre später ein Raum dieser Größe besonders wertvoll wird.

Nina Lucia Groß: Durch die Schließungen und Einschränkungen der letzten Monate stellt sich vermehrt die Frage: Zu welchem Zweck verlasse ich das Haus und halte mich irgendwo auf? Sie haben gezeigt, wie bedeutend auch Beiläufigkeit und Grundlosigkeit sein können, wie sehr man es vermisst, sich irgendwo aufzuhalten, ohne große Erwartungen oder konkrete Absicht irgendwo sein zu dürfen und andere Menschen zu treffen. Diese Qualität des *Freiraums* war mir vorher gar nicht so sehr bewusst; wie wichtig es gerade ist, Räume zu haben, in denen man gar nichts wollen muss und gar nichts können soll, in dem man einfach zwecklos sein darf.

Alex Römer: Vielleicht entstehen aus dieser Zwecklosigkeit dann Dinge, die nicht beabsichtigt sind. Dieses Nichtkontrollierbare spielt vor allem bei unserer Arbeit als Kurator*innen eine Rolle.

Wie gestaltet sich das Verhältnis zwischen Kuration und selbstbestimmter Aneignung des Raumes und wie lässt sich das auf den Freiraum übertragen?

AR: Aus der Perspektive der Gestaltung reagieren wir auf einen Grundbedarf und dessen Variation. Wir determinieren es nicht komplett, sondern halten die Möglichkeiten im Raum relativ weit offen und bringen sogar noch Erweiterungen hinein, welche man sich zusätzlich über die Nutzungsmodifikationen aneignen kann. Im *Freiraum* hat es sich angeboten, Flächen zu schaffen, auf denen Dinge hinterlassen werden können. Seien es Diskussionen, Analysen, Nachrichten oder Informationen. Eine Mischung aus schwarzem Brett, Whiteboard und Post-it. Angebracht auf Möbeln, die ihrerseits eine Funktion haben wie Sitzen, Stehen, Arbeiten.

NLG: Die inhaltliche und personelle Kuration ergänzt die Vorschläge, die die Möbel schon anbieten. In einer kuratierenden oder vermittelnden Position hat man die Rolle, zwischen den Bedürfnissen, die artikuliert werden, den vorhandenen Gegebenheiten und den Ressourcen, die man zu Verfügung stellen kann, zu vermitteln und zu verhandeln. Der *Freiraum* kann temporär besetzt oder sich angeeignet werden, aber nie ohne Dialog – sei es mit uns, mit der Gestaltung oder dem Umgang mit den Möbeln. Man muss sich auf vielen Ebenen mit dem Raum und dem Museum auseinandersetzen. Insofern ist die Aneignung im *Freiraum* im Gegensatz zu vielleicht ganz offenen und unmarkierten Räumen eine dialogische und teilweise ambivalente Aneignung.

TB: Üblicherweise hat das Museum eine hohe Kontrolle über das Programm. Mir war klar, dass der *Freiraum* eine Offenheit in sich halten muss, zugleich aber diese Gastgeber*innen- sowie Kurator*innenrolle hat. Der Raum wird somit immer umsorgt und betreut und unterliegt nicht einer willkürlichen Aneignung, der er unterworfen wird oder sich selbst unterwerfen muss. Es ist ein spannender Prozess, den Nina Lucia Groß und Tilman Walther zu moderieren haben.

Welches (raumtheoretische) Konzept steckt hinter dem Freiraum?

AR: Mit den Möbeln kommen noch zwei Aspekte zum Konzept hinzu: die Mobilität und das Arrangieren von Raum und wie die Stadt und Stadtansichten in den Raum integriert werden. Das passiert über die Oberflächen, die Inhalte und über die Geschichten, die dort hinterlassen werden können. Die Möbel sind dafür eine Art mobile Unterstützungsstruktur.

NLG: Diese Unterstützungsstruktur lässt sich auf den ganzen *Freiraum* übertragen. Dieser Ansatz ist inspiriert von Strömungen, die von der Idee des Dritten Raums ausgelöst wurden. Es ist nicht neu, dass das Museum ein sozialer Ort ist, aber bisher noch für ein sehr spezifisches Publikum, das die Spielregeln beherrscht, die Codes und Normen versteht, diese Sprache spricht und sich aufgrund der eigenen Bildung, Sozialisation und Erfahrung dort wohlfühlt. Der *Freiraum* ist eine Einladung, die Qualitäten eines Museumsraums Menschen zur Verfügung zu stellen und mit ihnen zu teilen, die diese Funktion des Museums bisher nicht im Blick hatten.

*Vor welchen Herausforderungen stehen die Akteur*innen um den Freiraum?*

Tilman Walther: Das Level der Herausforderungen gestaltet sich sehr unterschiedlich. Mitarbeiter*innen des Hauses stehen vor relativ wenigen Herausforderungen, da sie ihn bereits rege nutzen. Bereits zu Anfang haben wir außerdem viele Anfragen von Gruppen bekommen, die ohnehin schon ins Museum kommen, es somit gewohnt sind, Räume für sich einzunehmen und denen es nicht schwerfällt, uns anzusprechen. Das ist an sich gut, muss jedoch immer mitreflektiert werden. Gruppen, die noch nicht so sehr im Museum repräsentiert sind oder als marginalisierte Gruppen subsumiert werden, haben es immer noch schwer, in dieses Haus zu kommen. Diese Schwelle der Museumspforte ist immer noch vorhanden.

TB: Wir beobachten, dass Menschen mit der Erwartung an eine Ausstellung in den Raum gehen und keine Ahnung haben, wie sie mit dem *Freiraum* umgehen sollen. Sie stehen vor der Herausforderung, zu begreifen, dass das Museum etwas anbietet, das keine Ausstellung ist und erst einmal nichts erklärt. Im *Freiraum* sagt das Museum: »Wir sind einfach und hier kann man sein – beiläufig, grundlos, zwecklos, wenn einem fad ist.«

Welches Potenzial birgt der Freiraum, welche Strategien der Vernetzung gibt es in diesem Zusammenhang?

TB: Der *Freiraum* bietet als informelles Forum einen Ort, an dem man über ein Thema, das aufkommt, relativ frei und kreativ nachdenken kann. Ich sehe ihn deshalb auch als Resonanzraum, weil Dinge hineingespielt werden können, die im klassischen Museumsformat nicht aufgehoben sind.

AR: Er ist im Sinne einer gewissen Zeitlichkeit sehr spannend. Die temporären Ausstellungen im Museum bleiben wenige Monate. Der *Freiraum* hingegen hat

eine gewisse Kontinuität, wodurch auch die Frage aufgeworfen wird, wie man diesen Prozess dokumentiert oder archiviert. Für mich ist das ein Punkt, der momentan noch offen ist, jedoch einen großen Teil im Gestaltungskonzept darstellt.

TW: In einem ersten Schritt kommunizieren wir, dass es den *Freiraum* gibt und wir uns freuen, wenn Leute Lust hätten, etwas mit uns zu planen oder den Raum für sich irgendwie nutzbar zu machen. Mit dem Diaspora Salon und dem Possy Kollektiv arbeiten wir bereits längerfristige Formate aus. Wichtig sind uns in der Kuration und der Kooperation folgende Fragen: Wer nützt hier gerade wem etwas oder wer hat gerade etwas davon? Sind wir noch an einem Punkt, wo die Gefahr bestünde, dass wir uns mit den Tokens der anderen schmücken? Es muss auch ein ganz klarer Nutzen für die anderen entstehen.

TB: Eine ganz wichtige Erkenntnis! Das ist eine Haltungsfrage, und eine gewisse Bescheidenheit kann einem hier nicht schaden. Die Welt hat andere Bedürfnisse, andere Bedingungen, andere Erwartungen, sobald man zwei Straßen weitergeht. Gerade im Viertel lässt sich dies wunderbar feststellen. Du gehst über den Stein-damm, lässt dich treiben und vielen ist es dort egal, dass es das Museum gibt. Da finde ich es immer gut, auch sich selbst zu relativieren. Ich glaube, es ist genau das: Gespräche, noch mehr Gespräche und die Verlässlichkeit, die der Ort bieten kann. Manchmal gibt es dann diese Initialzündung, dass jemand merkt, ich bin tatsächlich gemeint und eben nicht Schmuck oder Aushängeschild.



Von links: Tilman Walther, Tulga Beyerle, Alex Römer, Nina Lucia Groß

Tulga Beyerle
direktion@mkg-hamburg.de

Tulga Beyerle, seit 2018 Direktorin des MK&G, ist es ein Anliegen, das Museum als Raum für Diskurse über die Fragen der Gestaltung unserer Welt zu verstehen. Zuvor leitete sie das Kunstgewerbemuseum Dresden.

Nina Lucia Groß
freiraum@mkg-hamburg.de

Nina Lucia Groß ist Kuratorin des Freiraums. Als Kunsthistorikerin und Kuratorin ist sie in diversen Zusammenhängen tätig und beschäftigt sich dabei mit Gender, Wissenschaftskritik, Architektur und Popkultur.

Silke Oldenburg
marketing@mkg-hamburg.de

*Silke Oldenburg leitet am MK&G Marketing und Besucher*innenevaluation; Dozentin für Kulturmanagement und -marketing an der FU Berlin, FH Potsdam und am Institut für Kultur- und Medienmanagement Hamburg.*

Alexander Römer
alex@constructlab.net

Alexander Römer ist Mitglied und Initiator des Netzwerks Constructlab. Der Architekt war Mitglied des EXYZT-Kollektivs in Paris. Schwerpunkte sind interdisziplinäre Gestaltung, Design und Partizipation.

Tilman Walther
freiraum@mkg-hamburg.de

Tilman Walther ist Kurator des Freiraums. Er ist als Künstler und Kurator tätig und publiziert zu Themen wie Solidarität, Architektur, Computerspielen und der Soziologie der Arbeit.

- 1 Das Gespräch führten die Mitarbeiterinnen des *Freiraums* Marietta Geiger und Sophie Peterson am 03.11.2020.
- 2 Durch Besucher*innenbefragungen seit 2012 evaluiert.

Breite Netzabdeckung

Herausforderungen der Bildungsarbeit kleiner Museen im ländlichen Raum

Hans Lochmann

Wenig bekannt ist, welchen großen Anteil kleine, ehrenamtlich geführte Museen und Heimatstuben im ländlichen Raum an der deutschen Museumslandschaft haben. Sie sorgen für eine gute Netzabdeckung in der Fläche. Die Mehrzahl ist dem Typ Heimat- und Regionalmuseum zuzuordnen. Diese Museen bergen Potenziale für bürgernahe Vermittlungsprogramme. In anstehenden Transformationsprozessen sollte die Bildungsarbeit noch stärker gefördert werden.

Wie wichtig die Rolle von Museen als Orte der Kulturellen Bildung ist, spürt die Gesellschaft jetzt, da ihr Angebot stillgelegt wurde. Welchen Anteil kleine Museen daran haben, soll nachfolgend schlaglichtartig beleuchtet werden. Von den nahezu 7 000 Museen und museumsähnlichen Einrichtungen in Deutschland rücken kleine, ehrenamtlich geführte Museen zunehmend in den Fokus der Forschung¹ und der öffentlichen Museumsberatung in den Flächenländern.

Museumsgarten Euro-
päisches Brotmuseum,
Ebergötzen

© Europäisches Brotmuseum e.V.



Stellung der Museen im ländlichen Raum

Auch der Museumsverband Niedersachsen und Bremen (MVNB) widmet sich schon seit einigen Jahren der spezifischen Situation von Museen im ländlichen Raum. In einer 2017/18 gestarteten Analyse stellte er fest, dass von rund 730 Museen in beiden Bundesländern rund 80 Prozent dieser Kategorie zugerechnet werden können.² Kleine Museen werden hier wie folgt definiert: »Ein kleines Museum ist eine öffentlich zugängliche Einrichtung, die – ehrenamtlich oder mit maximal zwei Vollzeitstellen geführt – eine oder mehrere Sammlungen [...] erkennbar didaktisch aufbereitet präsentiert.«³ 2019 hat der MVNB einen Zertifikatskurs für ehrenamtliche Museumsmacher*innen initiiert, in dem Bildungsarbeit und Nachwuchsförderung zentralen Raum einnehmen.⁴

Kleine Museen, meist Heimat- und Regionalmuseen, thematisieren den Nahbereich: das Dorf, die Stadt, die Region. Dabei verfolgen sie häufig ein breites Verständnis der Vermittlung von Regionalgeschichte vom Wandel von Landschaft und Siedlung, Land- und Forstwirtschaft sowie Handwerk und Wirtschaft als existenzielle Basis. Sie sind somit idealer außerschulischer Partner für Regionalkunde im Unterricht.

Ehrenamtlich geführte Museen

Überwiegend vereinsgetragen ähneln kleine Heimatmuseen im ländlichen Raum soziokulturellen Zentren. Ihre vorrangige Funktion ist es, ein Ort für die Gemeinschaft von Menschen zu sein, die Interesse an Natur, Kultur und lokaler Geschichte haben. Die Pflege von Tradition in Festen und Sprache spielt nach wie vor eine große Rolle.

Einen Schub für Neugründungen gab in Westdeutschland die kommunale Gebietsreform.⁵ Die Gründung von Museen bot Gelegenheit zu lokalem Engagement und wirkte dem empfundenen Bedeutungsverlust entgegen mit dem Nebeneffekt kultureller Nachnutzung ehemaliger öffentlicher Gebäude.⁶ Die in der Bildungsarbeit Tätigen sind in der Mehrheit Amateur*innen. Darunter sind hin und wieder Personen mit pädagogischer Vorbildung zu finden.

Die tragenden Heimatvereine sind Teil eines vielfältigen Vereinslebens in der Gemeinde, das unterschiedliche Betätigungsfelder und Möglichkeiten zum Engagement bietet. In Heimatvereinen engagieren sich kulturell Interessierte.

Museen mit hauptamtlicher Leitung

Je nach Entwicklungsmöglichkeit erlangen kleine Museen hauptamtliche Mitarbeiter*innen oder Leitungen. Im optimalen Fall entwickelt sich eine enge Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen Aktiven des Trägervereins. Häufig bleiben die hauptamtlichen Einzelkämpfer.

Kommunal getragene kleine Museen sind in der Regel eng in die Kommunalverwaltung eingebunden. Die Museumsleitung übernimmt zudem oft den Kompetenzbereich Kulturelles Erbe, d.h. neben Ausstellungswesen und Bildungsarbeit kommen Nebentätigkeiten in Archiv, Denkmal- oder Bodendenkmalpflege und Erinnerungsarbeit für die Kommune hinzu. Eine der Intentionen der Träger ist, für

umliegende Schulen Bildungsangebote im Museum zu schaffen. Allerdings sind die Stelleninhaber*innen meist mit der Organisation des laufenden Museumsbetriebs voll ausgelastet.

Funktionen für die Gesellschaft

Das Wirken in die lokale Gesellschaft ist unterschiedlich ausgeprägt. Es gibt breit getragene kleine Museen mit großem Rückhalt in der Bevölkerung. Daneben gibt es ebenso isolierte kleine Initiativen, die wohlwollend geduldet werden.

Ihre Wirkung in die lokale Bevölkerung entfalten kleine Museen bei der Etablierung eines festen jährlichen kulturellen Veranstaltungsprogramms. Kann ein kleines Museum ein für den Ort wichtiges Thema besetzen oder eine Spezialsammlung überregionalen Ruf erlangen, so kann das betreffende Museum sich zum touristischen Faktor für den Ort entwickeln. Wo ein Museum auch entferntere Besucher*innen anzieht, steigt seine Anerkennung in der Bevölkerung und in der kommunalen Verwaltung. Im besten Fall wird ein vom Museum aufgegriffenes Spezialthema zum Imageträger der Standortkommune. Mit entsprechenden Museumsschwerpunkten ist das an vielen Orten gelungen. Förderer und die öffentliche Museumsberatung suchen Alleinstellungsmerkmale, die es herauszuarbeiten gilt.⁷

Kleine Museen haben den Charakter von Bürgerinitiativen. Es gibt vielfach noch große Nachbarschaftshilfe, gemeinsam wird etwas aufgebaut und unterhalten, werden Feste und Feiern veranstaltet, in denen Beteiligte unterschiedliche Rollen einnehmen können.

Vereinzelt gibt es enge und gute Kooperationen mit Schulen in der Gemeinde bzw. der Region oder mit Kindergärten.

Spezifika der Arbeit von Museen im ländlichen Raum

Inhalte und Form des Museumsbetriebs bestimmen die Initiator*innen selbst. Leerstehende oder selbst errichtete Immobilien werden genutzt. Gesammelt wird, was von der Bevölkerung gegeben wird. Die Bildungsarbeit ist meist durch klassische Führungen geprägt. Viele verstehen sich als Museum zum Anfassen.

Für die Standortkommune werden weitere kulturelle Funktionen als Versammlungsort, Gremienraum, Raum für Familienfeste etc. wahrgenommen. Häufig sind schon eine Regionalbibliothek oder ein lokales Archiv angegliedert. Öffnungszeiten sind aus Gründen der engen personellen Ressourcen meist stark eingeschränkt und auf Wochenenden im Sommerhalbjahr konzentriert – Besuche sind auch nach Vereinbarung möglich.

Geschichte, Arbeits- und Lebensweisen werden neben Aspekten globalen Wandels in Agrarwirtschaft, Industrialisierung lokal sichtbar gemacht. Subsistenzwirtschaft, Hausgewerbe, Nachhaltigkeit und Biodiversität können anhand von anfassbaren Gegenständen und erzählten Geschichten vermittelt werden. Erfolgreich können Themen der Ernährung⁸ oder der nachhaltigen Rohstoffgewinnung und -verarbeitung⁹ aufgegriffen werden. Bildungsgeschichte wird in vielen Schulmuseen und -sammlungen vermittelt und von Schulklassen, aber auch Angehörigen der älteren Generation genutzt. Potenziale des Besuchs von Heimat- und Schul-

museen mit demenzkranken Menschen wurden entdeckt und zu regelmäßigen Angeboten ausgebaut.

Mit Werkstattinszenierungen werden komplexe handwerkliche Tätigkeiten veranschaulicht, Werkzeug und Werkstücke können angefasst und zuweilen auch ausprobiert werden. Das Zusammenwirken in Solidargemeinschaften kann im Feuerwehrwesen¹⁰, im landwirtschaftlichen Genossenschaftswesen, der Moorkultivierung, im Deichbau und Küstenschutz erlernt werden. In kleinen Museen wird Wissen über (lokale) Sprache, Gewohnheiten und Fertigkeiten überliefert. Sie veranschaulichen Wandel, Weiterentwicklung und Verlust von Wissen zugleich. Die unmittelbare Anschauung, das (An)fassbare überrascht und kann Neugier wecken.

Chancen

Vereinsgetragene kleine Museen bieten umfassende Beteiligungsmöglichkeiten: Alle Akteur*innen können Erfahrungswissen einbringen und auch als Zugezogene in der Gemeinschaft neue Aufgaben finden. Die Möglichkeiten zum Engagement bieten zugleich Chancen, sich mit Ortsgeschichte(n) auseinanderzusetzen, somit Teil der Ortsbevölkerung zu werden und sich zu verankern.

Die Stärke kleiner Museen ist ihre publikumsnahe Präsentation von Lebenswelten in kleinräumigen, lebensnahen Inszenierungen.¹¹ Lokales Wissen, lokale Besonderheiten befördern den Stolz der Ortsbewohner*innen, überraschen Gäste des Ortes und können die Diskussion diverser Identitäten fördern. Kleine Museen im ländlichen Raum sind soziale Orte, deren Funktion als dörflicher Treffpunkt im Sinne eines Dritten Ortes ausbaufähig ist. Die Auseinandersetzung mit historischem Wissen und (handwerklichen) Techniken kann bei jüngeren Menschen im besten Sinne spätere Berufswege beeinflussen.

An die jüngere Geschichte und Ortsentwicklung kann angeknüpft werden. Politische Bewegungen wie die Antiatomkraftbewegung im Wendland, die eine ganze Region verändert hat, sind in speziellen Einrichtungen wie dem Wendland Archiv in Lüchow sichtbar. So haben sich das Heimatmuseum in Leer mit dem Umgang mit Sinti*ze und Rom*nja in der Region, das Ostfriesische Teemuseum mit Boat People aus Vietnam und ihrer Integration in Ostfriesland befasst.

Die erst zaghaft begonnene Digitalisierung von Sammlungen kleiner Museen macht ihr Wissen global zugänglich. So kann die räumliche Distanz zu zentralen Museen, Archiven und Bibliotheken überwunden werden.

Risiken

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung für ein Museum durch die Bevölkerung im Ehrenamt wurde lange Zeit kritisch betrachtet. Zunehmend wächst die Bereitschaft, die Arbeit kleiner Museen in der Fläche fachlich zu unterstützen. Jedoch grenzen sich viele aus Angst vor Einfluss von außen ab. Die Autonomie soll gewahrt, das bisherige Tun nicht infrage gestellt werden. Ohne das Ehrenamt wären die Initiativen nie entstanden, würden Einrichtungen nicht existieren. Die von Akteur*innen selbst attestierten Nachwuchssorgen zeigen die Endlichkeit von Zeitspenden basierter Museumsarbeit auf. Daraus resultiert ein weiteres Dilemma.

Förderangebote¹² werden nicht von kleinen Museen aufgegriffen, da ihnen die Ressourcen für die Antragstellung und die Projektabwicklung fehlen.

Herausforderungen

Große Herausforderung bleibt das Festhalten und die Weitergabe des Wissens. Nachfolgeregelungen fehlen immer noch.¹³ Die Übergabe muss in geordnete Bahnen gebracht werden, damit kein Wissensverlust eintritt.

Die Mehrzahl der Vereine klagt über Überalterung der Akteur*innen und dass jüngere Menschen nicht erreicht werden – hier ist fehlender Kontakt zur jüngeren Generation zu vermuten. Andere Formate der Beteiligung müssen gefunden werden, die auch ein kürzeres Engagement zu ausgewählten Projekten fördern. Inhaltliche Weiterentwicklung und Herstellung eines Gegenwartsbezugs zählen zu den großen Herausforderungen im Bereich Sammeln und Vermitteln. Die integrative Rolle kleiner Museen ist noch ausbaufähig, da die heutige Bevölkerungszusammensetzung hinsichtlich Alter, Gender und Herkunft noch nicht sichtbar ist.



Hans Lochmann
hans.lochmann@mvnb.de

Hans Lochmann ist Geschäftsführer des Museumsverbands Niedersachsen und Bremen e.V. mit Sitz in Hannover. Er ist Mitinitiator von Schulungsangeboten für Museen (Die Museumsschule!) und dem Museumsgütesiegel.

- 1 Siehe Forschungsprojekt *Neue Heimatmuseen als Orte der Wissensproduktion*: www.uol.de/materiellekultur/forschung/projekt-neue-heimatmuseen [06.12.2020].
- 2 Vgl. Freise, Oliver: *Fakten und Impulse. Zur Lage der kleinen Museen in Niedersachsen und Bremen 2017/18, Hannover 2019* (= Schriftenreihe des Museumsverbandes Niedersachsen und Bremen e.V. Bd. 1).
- 3 Freise, 2019, S. 17.
- 4 Siehe *Die Museumsschule!*: www.mvnb.de/die-museumsschule/ [06.12.2020].
- 5 Vgl. Lochmann, Hans: *Heimatmuseen – Orte neuer Heimat? Potenziale für die Weiterentwicklung*. In: Sievers, Norbert u.a. (Hg.): *Kultur.Macht.Heimaten. Heimat als kulturpolitische Herausforderung. Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20*. Bielefeld 2020, S. 313-319.
- 6 Vgl. Lochmann, Hans: *Museum von unten – Globale Geschichte in lokaler Perspektive*. In: Schneider, Wolfgang (Hg.): *Weißbuch Breitenkultur – Kulturpolitische Kartografie eines gesellschaftlichen Phänomens am Beispiel des Landes Niedersachsen*. Hildesheim 2014, S. 95-104 (= Hildesheimer Universitätsschriften 29).
- 7 Das 1978 in Ostfriesland gestartete Museumsnetzwerk setzte sich für die Profilierung von Museen ein: Ostfriesisches Teemuseum Norden, Deutsches Sielhafenmuseum Carolinensiel; Moormuseum Moordorf u.a.
- 8 Bildungsangebot *Vom Korn zum Brot*, alte Pflanzensorten und ihr Anbau, Ernte und ihre Konservierung und Verarbeitung, Tierzucht alter Rassen u.a.
- 9 Klassiker wie *Vom Flachs zum Leinen*, Lehmabbau, Wassergewinnung u.a.
- 10 Z.B. die Kinderaktion *Wir bilden eine Eimerkette* im Feuerwehrmuseum Salzbergen.
- 11 Vgl. Bollmann, Beate: *Qualitäten kleiner (Heimat-)Museen – Ein Leitfaden*. Neue Heimatmuseen, Bd. 4. Münster 2017.
- 12 Beispiele solcher Förderangebote in Niedersachsen sind: Förderprogramm *Ehrenwert* der Klosterkammer Hannover, VGH-Förderpreis Museumspädagogik der VGH-Stiftung.
- 13 Vgl. Freise 2019, S. 31.

Architektur mit allen Sinnen

Zur Architektur- und Raumwahrnehmung im Sprengel Museum Hannover

Dörte Wiegand

Das Sprengel Museum Hannover mit seinen vielfältigen städtebaulichen Bezügen und großzügigem Raumangebot lädt zu Erkundungstouren mit dem Fokus Architektur- und Raumwahrnehmung ein. In unseren Rundgängen erkunden und befragen wir diesen spezifischen Ort, wir hören und fühlen, gucken genau hin und wechseln die Perspektive. Das Erlebte fangen wir ein, und es erhält dabei eine ganz eigene ästhetische Form. Ziel ist, das Museum für eigenständiges Wahrnehmen und Handeln zu öffnen.

Raumerlebnis mit allen Sinnen

Können wir das Mobile *Blizzard* von Alexander Calder in Bewegung bringen? Oder müssen wir nur unsere Blickrichtung ändern? Wie fühlen sich die verschiedenen Oberflächen im Museum an – die Pflastersteine, der Terrazzoboden, der Sichtbeton an den Wänden oder die weichen Kissen in der Kleinen Galerie? Welche Geräusche erfüllen die Räume – wo ist es leise, wo laut? Die Ohren von Bogomir Eckers *Hohlweg II* lassen uns innehalten und genau hinhören.¹

In der Vermittlungsarbeit des Sprengel Museum Hannover wird das Museum als sozialer Raum, den wir beleben und bespielen, erfahrbar. Unsere Museumserkundungen zur Architektur- und Raumwahrnehmung sind multiperspektivisch und sinnlich angelegt und richten sich vor allem an Schüler*innen der 1. bis 6. Klasse.

In Verbindung von Theorie und Praxis experimentieren wir mit künstlerischen Techniken, wie z.B. Frottage und Gratage, die wir in ausgestellten Werken bei Max Ernst oder Kurt Schwitters wiederfinden können. So fangen wir zeichnerisch Strukturen der Architektur ein. Wir erkunden Dimensionen der Räume und Kunstwerke in ihrem Verhältnis zum Raum und setzen uns körperlich zu ihnen in Verbindung. Mit der Gruppe messen wir Wege und Entfernungen aus, um Größen, Weiten, Höhen zu erleben. Wir notieren in Lauschprotokollen Geräusche, die zu uns dringen: das Surren der Klimaanlage, leise Gesprä-

*Faltobjekte von Schüler*innen zum Thema Architektur im Calder-Saal des Sprengel Museum Hannover*
Foto: Theresia Stipp





Calder-Saal im Neubau
des Sprengel Museum
Hannover

© Foto: Herling/ Herling/ Werner,
Sprengel Museum Hannover

che, das Klappern der Absätze auf dem Steinboden. Skizzen, Notizen und Spuren sammeln wir in selbstgestalteten Leporellos, aus denen wiederum kleine Architekturen entstehen, die ganz persönliche Erinnerungen an diesen Ort speichern.

Die Architektur des Sprengel Museum Hannover

Das Sprengel Museum Hannover hat unsere Erkundungen in besonderem Maße inspiriert. Seit seiner Erweiterung im Jahr 2015 präsentiert es sich mit einem großzügigen Raumangebot,

das nicht allein der Kunst vorbehalten ist. Den fensterlosen Ausstellungsräumen angeschlossene Loggien im Neubau inszenieren einen Blick auf den Maschsee und verbinden die Kunstwelt im Inneren mit der Stadt. Die Architektur der ersten Bauabschnitte von 1979 und 1992 rekurriert direkt auf städtebauliche Situationen und damit bewusst auf einen vertrauten Interaktionsraum: Es gibt Straßen, Plätze, Brücken und Balkone, eine Sichtachse gibt den Blick frei auf die Kuppel des Neuen Rathauses. Entstanden ist der erste Bauabschnitt in einer Zeit, in der Kulturpolitiker wie Hilmar Hoffmann mit seiner Vision einer *Kultur für alle* für eine stärkere demokratische Orientierung der Hochkultur kämpften.

Mit der Rekonstruktion des *Kabinetts der Abstrakten* des russischen Künstler-Architekten El Lissitzky zeigt das Sprengel Museum Hannover ein Stück Geschichte musealer Präsentation, das bereits in den 1920er Jahren Momente der Besucher*innen-Aktivierung in die Installation integrierte.

Der Museumsraum als Raum des eigenen Handelns

Der Spatial Turn in den Kunst- und Kulturwissenschaften lenkt derzeit erneut den Blick auf den Ausstellungsraum als sozialen Raum. Unsere Vermittlungsarbeit zur Architektur- und Raumwahrnehmung verfolgt im Sinne dieser Wende zu einem neuen Raumverständnis die eigenständige ästhetische Aneignung des Museumsraums durch die Besucher*innen mit dem Ziel, diesen Ort für verschiedene Blickrichtungen zu öffnen und zu einem Raum für eigenständiges Handeln werden zu lassen. Damit vollzieht sich ein Wesenszug, der dem Museum von Anbeginn innewohnt.



Dörte Wiegand
doerte.wiegand@hannover-stadt.de

Dörte Wiegand ist seit 2018 Museumspädagogin am Sprengel Museum Hannover; Studium der Kulturwissenschaften, Kunstgeschichte, Journalistik; langjährige Tätigkeit in der Kulturellen Bildung und Kunstvermittlung.

1 www.bogomirecker.de/raeume_innen.html [13.12.2020].

Die Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße in Erfurt

Früher Gefängnis, heute Bildungsort

Judith Mayer

Die Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße war seit der Errichtung in der Kaiserzeit 1878 bis 2002 ein Gefängnis. Im Nationalsozialismus und in der DDR war das Haus ein Ort für politische Haft. Erfurter*innen besetzten am 4. Dezember 1989 die Bezirksverwaltung der Staatssicherheit Erfurt und stoppten die Vernichtung der Stasi-Unterlagen.¹ Die Dauerausstellung *HAFT, DIKTATUR, REVOLUTION: Thüringen 1949–1989* entstand auch in Zusammenarbeit mit Zeitzeug*innenvereinen.

Vorsichtige Eingriffe in den historischen Ort

30 000 Besucher*innen kommen jährlich in die 2013 eröffnete Dauerausstellung der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße. Ihr Interesse gilt der Zeitgeschichte, sie möchten den historischen Ort kennenlernen, sich über politische Haft in der DDR und die Friedliche Revolution informieren. Der Rundgang beginnt im 2. Obergeschoss. Hier befindet sich die noch erhaltene Männerhaftetage des Ministeriums für Staatssicherheit.



*Medientisch mit Faksimile des Ministeriums für Staatssicherheit und Aussagen von Zeitzeug*innen*

© Claus Bach



Zellentür der Untersuchungshaftanstalt des Ministeriums für Staatssicherheit mit Siegeln
© Claus Bach

Die meisten Zellentüren sind geöffnet. Alle kuratorischen Einbauten in der Haftetage sind fast spurlos rückbaubar und als moderne Einbauten erkennbar. In einer Zelle gibt ein Medientisch Einblicke in die Haftaufnahme. Fünf Dokumente verdeutlichen den Verwaltungsvorgang des Ministeriums für Staatssicherheit. Werden sie auf den Tisch aufgelegt, sind die Stimmen der ehemals Inhaftierten hörbar.

Nach Absprache mit Zeitzeug*innenverbänden gibt es zwei rekonstruierte Zellen auf der Etage: eine mit Exponaten aus den 1950er und 1960er, eine zweite Zelle aus den 1970er und 1980er Jahren. Die auch widersprüchlichen Erinnerungen der Zeitzeug*innen werden unter dem Titel *Stimmen und Gesichter aus der Haft* an eine Zellenwand projiziert. In die Sitzmöbel sind Zeitzeug*innenkarten integriert, die ihre Geschichten vertiefen.

Multimediaguide als Vertiefungsebene

Die Zellen im hinteren Teil der Haftetage enthalten keine Einbauten. Auf dem Multimediaguide sprechen die Zeitzeug*innen über die Glasbausteine, die es statt eines Fensters gibt, über das Mobiliar, die Arrestzelle oder die Duschen. Die Besucher*innen erfahren auch mehr über die Siegel an den Türen. Sie sollten das Öffnen verhindern, nachdem Erfurter*innen am 4. Dezember 1989, zum ersten Mal in der DDR, eine Stasizentrale besetzten und Akten in den Zellen einschlossen.

Schüler*innen erschließen sich den historischen Raum

Nach einer Führung erforschen die Schüler*innen ab der 9. Klasse die Haftetage mit Multimediaguides. Sie hören die Aussagen der Zeitzeug*innen, vergleichen erhaltene oder verschwundene Spuren und ziehen Rückschlüsse auf den Tagesablauf in der Stasi-Untersuchungshaft. Die Haftordnung, Protokolle der Mitarbeiter*innen und Briefe der politischen Inhaftierten werden mit Gruppen diskutiert. In 60-minütigen moderierten Gesprächen mit Zeitzeug*innen können die Schüler*innen Fragen stellen und über ihre Eindrücke ins Gespräch kommen.

SED-Diktatur und Friedliche Revolution zum Anfassen

In den Ausstellungsetagen zur SED-Diktatur und zur Friedlichen Revolution wurden aus Zellen Ausstellungsräume. Zeitzeug*innen sprechen auf Medienstationen über ihr alltägliches Leben in der DDR. An Hands On-Stationen können die Besucher*innen die Enden von Comiclebensläufen verschieben, Schwarz-Weiß-Aufnahmen mit Aufklebern kommentieren und sich im Feedbackmodul zu aktuellen Themen äußern.

Begehrbarer Comic

Um die gesamte Fassade des Veranstaltungsraums, den Kubus der Friedlichen Revolution, zieht sich ein 40 m langes Wandbild des Comic-Künstlers Simon Schwartz. Vom Wahlbetrug im Mai 1989 bis zur ersten Stasibesetzung am 4. Dezember 1989 wird die Friedliche Revolution in Bildern erzählt.

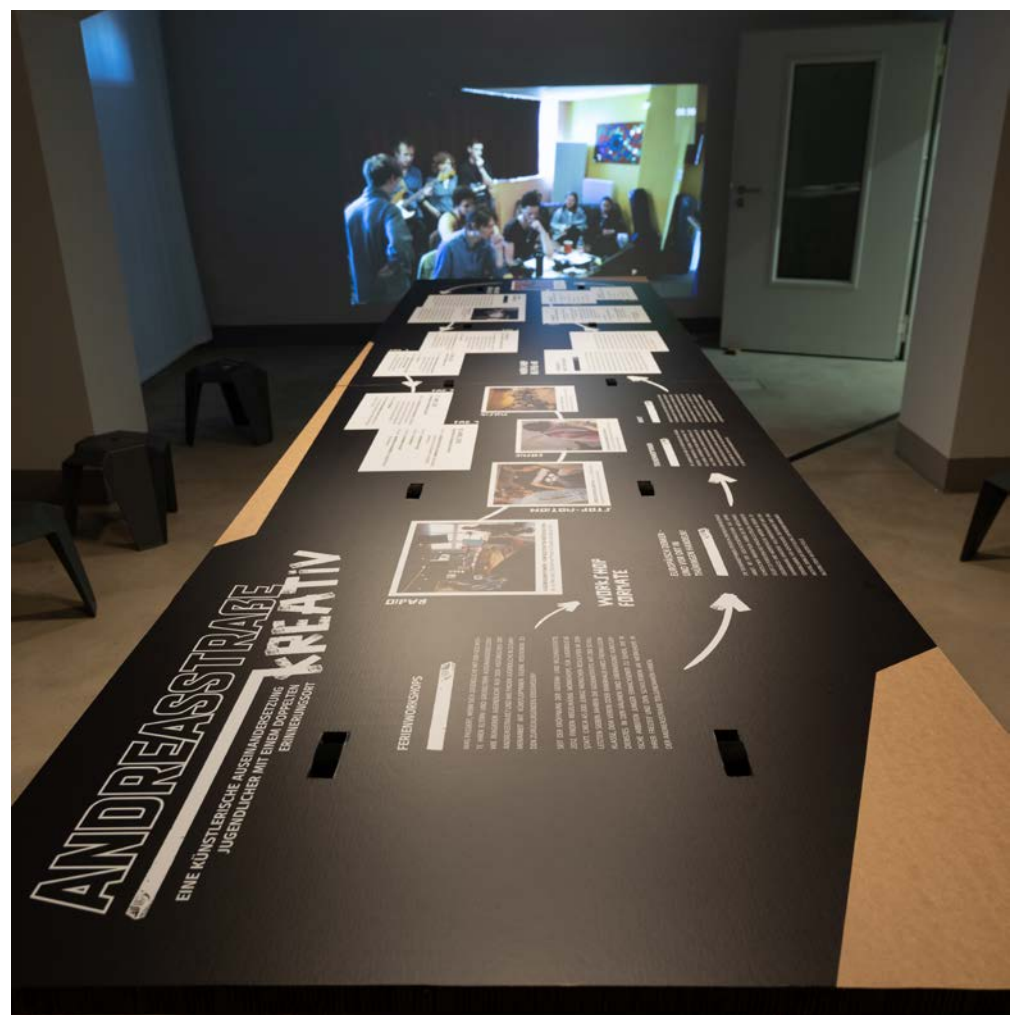
Abendveranstaltungen laden zu Lesungen, Kino, Konzerten, Theater, Wissenschaft und Diskussion mit den Besucher*innen ein. Begegnungen ermöglichen jedes Jahr auch die rund 80 Zeitzeug*innengespräche. Ohne erhobenen Zeigefinger findet Bildungsarbeit am historischen Ort statt. Der Gedenkstättenbesuch soll bei den Besucher*innen Fragen aufwerfen und Diskussionen über den Besuch hinaus ermöglichen.



Judith Mayer
mayer@stiftung-etttersberg.de

Judith Mayer ist seit 2013 Museumspädagogin in der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße in Erfurt. Seit 2016 ist sie im Vorstand der Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Thüringen e.V.

1 Siehe www.andreasstrasse.de/#/1 [08.03.2021].



Eine künstlerische Auseinandersetzung Jugendlicher mit einem doppelten Erinnerungsort

© Norman Hera

Kirchen sind mehr als Raum

Einige Überlegungen zur Erschließung von Kirchenräumen

Harald Schlüter

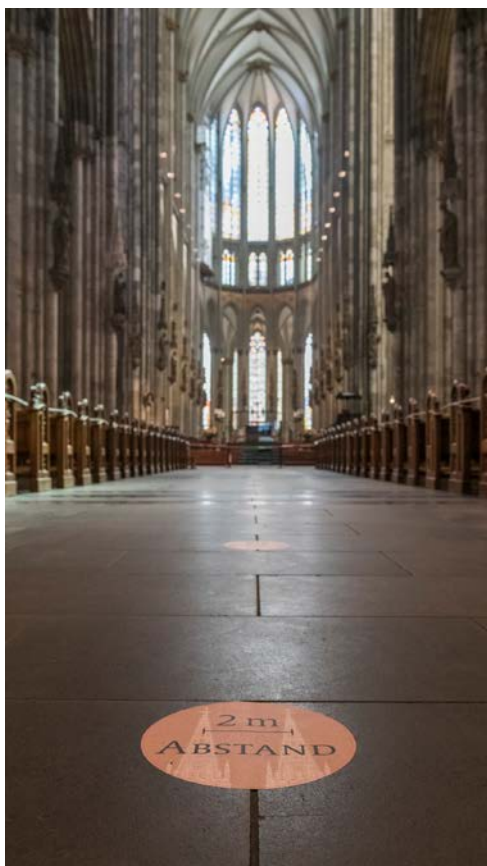
Gemeinhin denkt man bei dem Begriff Raum an seine mathematisch-physikalische Ausdehnung. Exemplarische Manifestationen solch berechneter und von der Geometrie beherrschter Lebensräume sind etwa die von Kommerz und Dienstleistung geprägten Stadträume. Kirchenräume entziehen sich aufgrund ihrer Andersartigkeit dieser kalkulierenden Rationalität. Damit besteht die Herausforderung für deren Erschließung in dem dynamischen Beziehungsgeschehen, das dieses Mehr bei Besucher*innen auszulösen vermag.

Die Covid-19-Pandemie hat Kirchenräume verändert: Sie sind leerer geworden. An zuvor touristisch stark frequentierten Orten wie dem Kölner Dom sind die täglichen Besucherströme jäh versiegt. Kirchenführungen mussten kurzfristig ausgesetzt werden, sind sie doch während der Pandemie-Hochzeiten untersagt worden. Kirchenbänke und -stühle wurden zum Einhalten der Abstandsregeln auseinandergerückt oder beiseite geräumt, was nicht zuletzt eine verstörende Wirkung auf das Erleben der gottesdienstlichen Gemeinschaft ausgelöst hat. Paradox formuliert: Der Kirchenraum hat wieder Raum bekommen.

Kirchenräume überschreiten die eigene Lebenswelt

Gerade in einer Zeit, in der angesichts abnehmender Finanzkraft der Erhalt von Kirchenbauten zunehmend zu einer Herausforderung werden wird, stellt sich die Frage, was Kirchenräume für viele Menschen, die nicht oder nicht mehr in einer kirchlichen Gemeinschaft beheimatet sind, so anziehend macht. Es scheint, dass viele Menschen, die Kirchenräume aufsuchen, in einer Welt wachsender Digitalisierung und medialer Angebote nach ursprünglicher Authentizität suchen. Vielleicht ist damit sogar die Sehnsucht nach dem die eigene Lebenswelt kontrastierenden und überschreitenden Andersartigen verbunden, welches diese Räume ausstrahlen.

Wie aber kann solchen Suchenden ein Kirchenraum nähergebracht werden, wenn sie seine eigentliche Bestimmung als Versammlungsort der Gemeinde im Gottesdienst gar nicht erleben? Dabei gilt es zu beachten, dass die ursprüngliche Bedeutung des deutschen Wortes Kirche auf das griechische Wort *κυριακή* zurückgeht, was so viel heißt, wie im Herrn sich versammelnde Gemeinde. Erst ab dem 2. Jahrhundert ist dann dieser Begriff auf den Kirchenbau selbst übertragen worden. Kirchen sind somit mehr als nur Raum, aber auch mehr als nur ein Versammlungsort der Gemeinde. Sie sind letztendlich der Raum für eine Begegnung mit Gott.



Innenraum des Kölner Doms mit Abstandsmarkern auf dem Boden während der Zeit der Covid-19-Pandemie

© Hohe Domkirche Köln, Dombauhütte/ Mira Unkelbach

Innenraum des Kölner Doms mit Besucherandrang im Frühjahr 2018

© DOMFORUM/ Birgitta Müller



Kirchenräume sind Beziehungs- und Freiräume

Seit Ende 2016 werden im Innenraum des Kölner Doms unter dem Titel *Mein Dom. Abendliche Glaubenswege* spirituelle Rundgänge angeboten, die von der Idee geleitet sind, den Raum selbst wieder zu Wort kommen zu lassen, indem dieser einer kleinen Gruppe in der besonderen Atmosphäre des geschlossenen Doms zugänglich gemacht wird. Für diese Reihe wer-

den Persönlichkeiten gewonnen, die in besonderer Weise mit dem Dom verbunden sind. Sie bieten den Teilnehmenden ihren eigenen, oftmals sehr persönlichen Zugang zu Architektur und Ausstattung an. Entsprechend individuell ist die von der Spiritualität und dem Glauben der Führenden geprägte Auswahl von Objekten und Orten im Dom.

Zunehmend zeigt sich, dass die Erschließung von Kirchenräumen nur gelingen kann, wenn man diese einerseits vor der wachsenden Gefahr einer Selbst-Musealisierung schützt, zugleich aber nicht auf ihre Funktion reduziert. Kirchenräume weisen über sich hinaus und sind in diesem Sinn immer schon Freiräume gewesen. Um sie zweckfrei zu halten und vor säkularem Zugriff zu schützen, wurden im Mittelalter um Kirchen und Klöster herum Immunitätsbezirke eingerichtet.

Damit erhält der Kirchenraum eine Eigenständigkeit und Qualität eines Gegenübers. Er wird zu einem Beziehungs- und Freiraum für eine Gottesbegegnung und einem Ort der Transzendenzerfahrung. Die eigentliche Herausforderung für die Erschließung dieser Räume besteht darin, deren besondere Raumgestalt und Ausstattung mit den persönlichen Wahrnehmungen der Teilnehmenden in Beziehung zu bringen und zugleich als Gegenüber erfahrbar zu machen.

Harald Schlüter
hschlueter@domforum.de

Harald Schlüter ist Referent für Dom- und Kirchenführungen und stellvertretender Leiter im DOMFORUM Köln, Mitorganisator der AG Netzwerk Kirchenführung und Ansprechpartner des BV Kirchenpädagogik für NRW/ Köln.



Von der Ruine zum Bürgerlebnis

Raumpotenziale der Cadolzburg

Uta Piereth

Die Häuser der Bayerischen Schlösserverwaltung zählen zur Museumskategorie der Raumkunstwerke. Besucher*innen schätzen die ganzheitliche Wahrnehmung von Architektur, Innenausstattung und Geschichte. Bei der mittelfränkischen Cadolzburg lag mit Blick auf die museale Neukonzeption 2017 ein Sonderfall vor. Auch nach der baulichen Ertüchtigung blieb nur ein vernarbtes Gehäuse. Für die Aufgabenstellung einer neu zu eröffnenden Erlebnisburg musste man von anderen Seiten her Zugänge schaffen.

Erhaltene Originalräume passend bespielt

Wie sollte man umgehen mit einem historisch äußerst bedeutsamen Bauwerk, das einerseits gekoppelt ist mit dem Aufstieg der Hohenzollern im Spätmittelalter, das andererseits am Ende des Zweiten Weltkriegs massiv beschädigt wurde und auf dessen Innenräume und Geschichte man fast nur ausgehend von schriftlichen Quellen rekurren konnte?



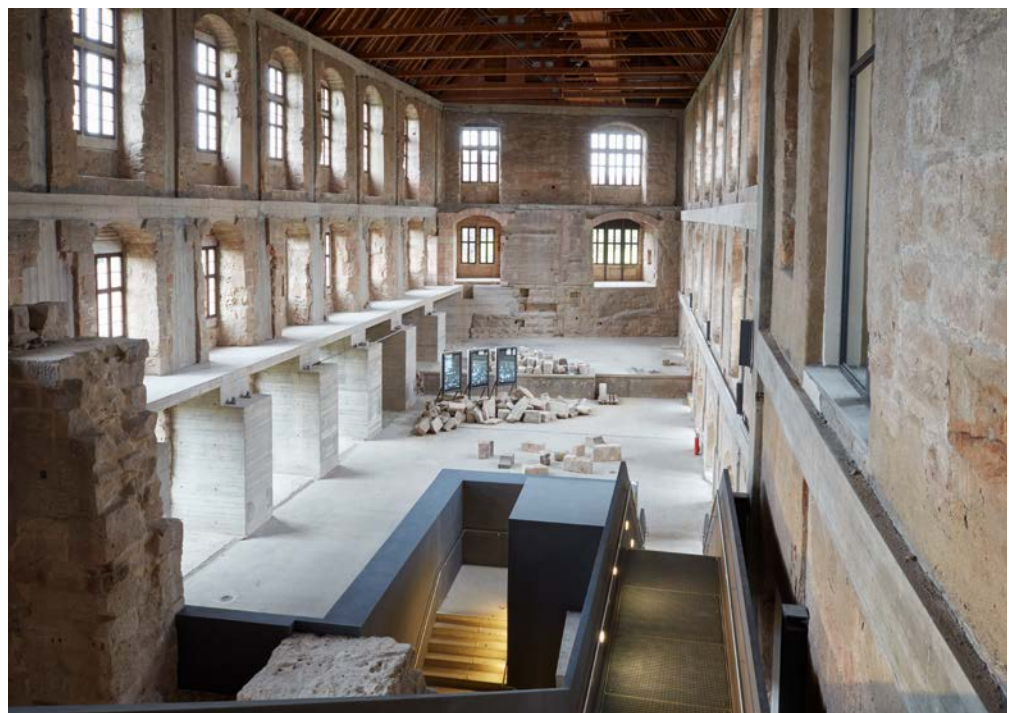
Cadolzburg

© Bayer. Schlösserverwaltung/
Andrea Gruber

Der Bau blieb dabei das Exponat Nummer 1.¹ Überall dort, wo die Burg originale Befunde aufweist, stößt man beim freien Durchwandern des Areals auf Hinweise. Konzeptionell berücksichtigt auch die inhaltliche Erzählung klar den Bezug zum erhaltenen Raum, wenn etwa noch vor der Geschichte der Burgherren das Thema der Burgküche im Erdgeschoss erschlossen wird. Mit dieser Kombination aus historischem Raum, alltagsrelevanter Facette der Herrschaftsgeschichte, mit einer Kostprobe des kurfürstlichen Lieblingskonfekts sowie dem Bratenduft in der Nase als sinnlichen Erlebniskomponenten vermittelt sich Fremdes quasi mühelos. Auch an anderen Stellen in der Burg hilft der konkrete Ort bei der (methodisch verschiedenartigen) niedrigschwelligen Übersetzung von Themen, z.B. bei den Waffenreichweiten oder Hygienefragen.

Architektonisch-kreative Lösungen

Gerade in den repräsentativen Geschossen hat sich aber an Authentischem wenig erhalten. Die »gute Stube« des Kurfürsten etwa mit Erkern, Prunkkamin und einem ursprünglich komplexen Gewölbe war nach 1945 zerstört. Aus dem Wunsch geboren, diesen außergewöhnlichen Saal zurückzugewinnen, hatte man unter den neu eingezogenen Betondecken in den 1990er Jahren nach einem Idealbild steinerne Gewölbe eingefügt. Wie sollte man aber heute mit diesem (wissenschaftlich inzwischen nicht mehr tragbaren) Erbe und der den Verantwortlichen gegenüber durchaus deutlich artikulierten Erwartung eines rekonstruierten »schönen Mittelalters« umgehen? Intensive Diskussionen und kreative technische Vorschläge führten zu einer architektonischen Lösung, die die Gewölbe andeutet und zugleich zeigt, dass es sich um keinen Originalbefund mehr handelt. Ergänzt um Hightech-Einrichtungen für Veranstaltungsnutzungen erfreut sich das Ganze seither großer Akzeptanz.



Cadolzburg Neues Schloss

© Bayer. Schlösserverwaltung/
Andrea Gruber

Cadolzburg Erkersaal
im Alten Schloss

© Bayer. Schlösserverwaltung/
Andrea Gruber



Audio-visuelle Vermittlung

Das Konzept gibt mit unterschiedlichsten musealen Mitteln Vorstellungshilfen für vergangene Zeiten und Zustände, ohne die Lücken zu kaschieren. Der Umgang mit historisch Tradiertem ist auch im Fall von Brüchen ehrlich. Offen treten Größe und Vernarbtheit der Cadolzburg im Fall des Neuen Schlosses zutage, das am Ende jedes Burgrundgangs besucht wird: In dieser riesigen Raumhülle, die einst verschiedene Gebäudeteile vereinte, sieht man dicke Palastmauern, Gewölbereste, Kaminabzüge – und Unmengen an Beton. Einerseits ist mittels Augmented Reality visualisierte Bauforschung zum Aussehen der ursprünglichen Räume des Palas im Multimedia-guide abrufbar. Andererseits wird hier nochmals auf andere Art die lange Burggeschichte durch eine 12-minütige Klanginstallation von Gerald Fiebig erzählt:² Mit Melodien, Geräuschen und Klängen werden immer zur vollen Stunde die Höhen und Tiefen der Burgvergangenheit in Raum und Zeit auf nonverbale, offene und eindringliche Weise erfahrbar.



Dr. Uta Piereth
uta.piereth@bsv.bayern.de

Uta Piereth ist Museumsreferentin für Cadolzburg sowie zuständig für Bildung und Vermittlung der Bayerischen Schlösserverwaltung; Lehre u.a. an der Universität Erlangen für Besucherorientierung in der Museumsarbeit.

- 1 Siehe *Cadolzburg. Amtlicher Führer*, bearb. von Sebastian Karnatz und Uta Piereth. München 2019.
- 2 Siehe Fiebig, Gerald; Piereth, Uta & Karnatz, Sebastian: *The Cadolzburg Experience. On the Use of Sound in a Historical Museum*. In: *Leonardo Music Journal* 27, 2017, S. 67-70, www.gerald fiebig.net/FiebigKarnatzPiereth_CadolzburgExperience.pdf [08.03.2021].

Menschen – Zeiten – Räume

Rauminszenierung als Vermittlungsform

Yvonne Krause

Archäologie schlägt eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Das Archäologische Museum Hamburg stellt diesen Zusammenhang durch eine raum- und themeninszenierte Ausstellungsgestaltung in den Mittelpunkt, wobei der Bezug zur Gegenwart ein wesentliches Leitmotiv ist. Richtungweisend für dieses Gestaltungskonzept ist das Ziel, Kindern, Familien und Besucher*innen ohne archäologische Vorbildung einen verständlichen und spielerischen Zugang zur Archäologie zu ermöglichen.

Inszenierung der Themen

Um kulturgeschichtliche Abläufe, die von den Anfängen der Menschheit bis in die Moderne miteinander verbunden sind, für Kinder und Familien sowie für Besucher*innen ohne archäologische Vorbildung besser nachvollziehbar zu machen, ist die Ausstellung nach Themen gegliedert, die die Entwicklung des Menschen geprägt haben und nach wie vor von grundlegender Bedeutung sind: Nahrung, Werkstoff, Innovation, Gewalt, Tod und Mobilität.



Die TV-Feuerstelle inszeniert die soziale Dimension des familiären Mittelpunkts damals und heute

© Archäologisches Museum Hamburg

*Die Durchblicke
zwischen den Zeitebenen
als kommunikatives
Element zwischen den
Besucher*innen*
© Archäologisches Museum
Hamburg



An den Stützpfeilern, die zwei übereinanderliegende Ausstellungsräume gliedern, sind die Themen als raumhohe Installationen in eine künstlerische Bildsprache umgesetzt: Als Branchenbuch, Knochen, Streichholz, Leichenwagen oder Plastikwelle geben sie als Mittelpunkt des Themas Orientierung im Raum.

Die ungewohnte Formensprache hat auf Besucher*innen eine ebenso anziehende wie provokante Wirkung und konfrontiert sie mit der Frage, was moderne Kunst mit Archäologie zu tun hat. Der wesentliche Aspekt dieser künstlerischen Gestaltung ist der Gegenwartsbezug, der es ermöglicht, Besucher*innen in der eigenen Lebenswelt abzuholen. Dieses Prinzip durchzieht die gesamte Präsentation: Installationen und Vitrinen verbinden Altes mit Neuem, sodass sich die Bedeutung der Exponate leichter erschließt, die um die Pfeiler herum zeitübergreifend präsentiert werden.

Inszenierung der Zeiten

Die Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart wird durch die zwei Stockwerke auch räumlich und sinnlich erfahrbar: Die unterschiedlichen Raumatmosphären in Erd- und Obergeschoss spiegeln das in zwei Zeitebenen angelegte Raumkonzept wider. Durch die Inszenierung des dunkel gehaltenen Erdgeschosses als die vom Gletscher geformte steinig unebene Naturlandschaft und die vom Menschen geformte städtisch betonierte Kulturlandschaft des hell erleuchteten Obergeschosses bewegen sich die Besucher*innen vom Erdgeschoss, aus der Vergangenheit, in das Obergeschoss, in die Gegenwart.

Die Themen werden jeweils am gleichen Platz über die Stockwerke hinweg behandelt, große begehbare Sichtfenster gewährleisten den optischen Bezug. So blicken die Besucher*innen von unten, von den Wurzeln der Entwicklung, nach oben, wo sich die Geschichte fortsetzt. Damit wird zugleich die Neugier geweckt, die obere Etage entdecken zu wollen, von der aus dann wiederum der Rückblick in die Vergangenheit eröffnet wird. Ziel dieser Inszenierung ist, den Besucher*innen die sich gegenseitig beeinflussenden Faktoren der Geschichte bewusst zu machen und logische, nachvollziehbare Ketten zu bilden.

Die Installation aus Eiswürfelbereitern verkörpert den Gletscher als landschaftsprägendes Element

© Archäologisches Museum
Hamburg



Besucher*innen im inszenierten Raum

Archäologie verfolgt die Spur der Menschheitsgeschichte, und die Besucher*innen nehmen diese Spur auf: Sie werden selbst zu Archäolog*innen, erkunden aktiv die Ausstellung und machen archäologische Fundplätze ausfindig. Die Gesamtkomposition der Inszenierungen kommt der Neugierde und dem Forscherdrang der Besucher*innen entgegen und ist eine wichtige spielerische Komponente für Jung und Alt. Sie trägt dazu bei, assoziatives Denken zu fördern und versetzt Besucher*innen in die Lage, Zusammenhänge zwischen Vergangenheit und Gegenwart zu verstehen. Während Kinder die aktive Form der Besichtigung sofort in die Tat umsetzen, müssen sich klassische Museumsbesucher*innen an die Art der Ausstellungspräsentation gewöhnen. Die Mehrzahl der Besucher*innen reagiert nach kurzer Überraschung positiv auf die spielerisch inszenierten Komponenten, besonders Familien mit Kindern schätzen die abwechslungsreiche und handlungsaktivierende Wirkung des musealen Erlebnisraums.



Yvonne Krause
yvonne.krause@amh.de

Yvonne Krause M.A. leitet seit 2011 die Abteilung Museumspädagogik am Archäologischen Museum Hamburg und Stadtmuseum Harburg.

Die Stadt mit offenen Armen empfangen

Wie die Zentralbibliothek der Bücherhallen zum Wohnzimmer der Stadt wird

Frauke Untiedt

Die Bücherhallen Hamburg sind die publikumsstärkste Kultureinrichtung Hamburgs und zugleich das größte kommunale Bibliothekssystem in Deutschland. Neben 32 Stadtteilbibliotheken und zwei Bücherbussen ist die Zentralbibliothek in unmittelbarer Nähe des Hauptbahnhofs der größte Ort für Begegnung, Austausch und natürlich auch die Vermittlung von Informationen und das Ausleihen von Medien. Der geplante Umbau der Eingangsebene sollte alle diese Nutzungen charmant unterstützen.

Ein Bauvorhaben mit ehrgeizigen Zielen

Das Gebäude am Hühnerposten ist die ehemalige Hauptpost der Stadt, die erst mit dem Einzug der Bibliothek 2004 über einen Eingang Richtung Innenstadt erschlossen wurde. Dementsprechend dezent und wenig sichtbar für Stadt und Stadtgesellschaft ist dieser Eingang in der denkmalgeschützten Fassade des Hauses gestaltet worden. Trotzdem zählte die Bibliothek schon vor dem Umbau zwischen 3 000 und 5 000 Besucher*innen pro Öffnungstag. Die Ziele für den Umbau der von

Logistik geprägten Eingangsflächen in 2019/2020 waren:

- Eine höhere Aufenthaltsqualität in der Eingangsebene inklusive der Vergrößerung des Cafés sollte einhergehen mit einer besseren Steuerung der Kund*innenströme.
- Das Haus sollte sich stärker der Stadt öffnen und auch von außen zeigen, dass es ein Dritter Ort¹ in der Innenstadt Hamburgs ist.
- Gleichzeitig sollten die Vermittlungsformate und Medienangebote bereits im Eingangsbereich deutlich sichtbarer und besser verschränkt werden als bisher.

Der Planungsprozess startete mit einem Auftaktworkshop mit dem niederländischen Architekten Aat Vos im Sommer 2018 und wurde von ihm bis zum Jah-

Offene Sichtachsen
Foto: Christoph Keller





Die Zentralbibliothek im ehemaligen Hauptpostgebäude

Foto: Kriemhild Grüttner

resende 2018 begleitet. Die Fortsetzung der Planungen übernahm die Innenarchitektin Janka Riedel, die bereits mehrere Projekte mit den Bücherhallen umgesetzt hatte.

Neue Raumpotenziale nach der Umgestaltung

Die umgestaltete Eingangsebene wurde im Juni 2020 eröffnet und hat die an sie gestellten Erwartungen voll erfüllt. Schon auf dem Vorplatz kann man durch die Fenster des Veranstaltungsbereichs Menschen sehen, die arbeiten oder in Gespräche vertieft sind. Zu den Öffnungszeiten befindet man sich mit dem Betreten des Gebäudes schon in der Bibliothek, die dann ihre großen Glastüren öffnet, den

öffentlichen Flur miteinbezieht und in Wohnzimmeratmosphäre neue Medien aus nahezu allen Bereichen des Hauses präsentiert. Die freigelegten Sichtachsen zeigen alle Angebote und bieten Orientierung, auch für den Weg in das Café, das sich in einem hellen Bereich im hinteren Teil der Eingangsebene befindet und eine thematische Einheit mit der Bibliothek bildet. Alle Sitzplätze sind auch Arbeitsplätze für Bibliotheksbesucher*innen, ohne Verzehrzwang. Physische und digitale Zeitschriften der Bibliothek sind hier zu finden.

Die Veranstaltungen sind durch die Offenheit der Ebene, die Umsetzung aktueller Thematiken in unterschiedlichste Formate und die Korrespondenz zu den neuen Medien eingebettet in das neue Konzept. Für kleine überraschende Momente kann auch eine Wohnzimmer-Sitzecke oder ein Teil des neuen Podests gewissermaßen zweckentfremdet werden. Dadurch können auch in diesem Lounge-Bereich kleine Formate angeboten werden. Digitale Ankündigungen erhöhen die Erkennbarkeit des Angebots.

Trotz der Corona-bedingten Einschränkungen wurden alle neu gestalteten Flächen im Rahmen der Möglichkeiten von den Besucher*innen sehr gut angenommen, der Umbau hat alle Erwartungen erfüllt.



Frauke Untiedt
frauke.untiedt@buecherhallen.de

Frauke Untiedt ist seit September 2019 Direktorin der Stiftung Hamburger Öffentliche Bücherhallen. Zuvor hat sie unter anderem die Zentralbibliothek der Bücherhallen geleitet.

- 1 Vgl. Oldenburg, Ray: *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at the Heart of a Community*, 2nd ed. Cambridge MA 1999, S. 27; Oldenburg definiert »Third Places« (»Dritte Orte«) als »informal public gathering places«, die neben dem eigenen Heim (dem »Ersten Ort«) und dem Arbeitsplatz (dem »Zweiten Ort«) von großer Bedeutung für das Funktionieren einer Gesellschaft sind.

Nationalsozialistische Verfolgung und Deportationen in der Hamburger HafenCity

Gedenkort und Dokumentationszentrum denk.mal Hannoverscher Bahnhof

Oliver von Wrochem

Zwischen 1940 und 1945 wurden mehr als 8 000 aus Hamburg und Norddeutschland stammende Jüd*innen, Sinti*ze sowie Rom*nja von Hamburg aus – insbesondere über den ehemaligen Hannoverschen Bahnhof – in Ghettos, Arbeits-, Konzentrations- und Vernichtungslager in die deutsch besetzten Gebieten im östlichen Europa deportiert. Am historischen Ort des 1872 eingeweihten Bahnhofs erinnert mit dem *denk.mal Hannoverscher Bahnhof*, das 2023 fertiggestellt sein soll, ein Ensemble des Gedenkens und Lernens an diese Ereignisse.

Seit 2017 führt eine sogenannte Fuge vom ehemaligen Bahnhofsvorplatz (Lohseplatz) entlang des historischen Gleisverlaufs zu den unter Denkmalschutz gestellten Relikten des Bahnsteigs 2 mit erhaltenen Gleisverläufen. Das Areal liegt in Hamburgs neuem Stadtteil HafenCity, einem der größten Bauprojekte Europas. Auf dem mit historischen Pflastersteinen gestalteten Lohseplatz weisen eine Schwarze Tafel des Programms *Stätten der Verfolgung und des Widerstandes 1933–1945* und eine temporäre Ausstellung in einem Infopavillon auf die historischen Ereignisse hin.

Die sogenannte Fuge führt vom ehemaligen Bahnhofsvorplatz entlang des historischen Gleisverlaufs bis zum Gedenk-ort

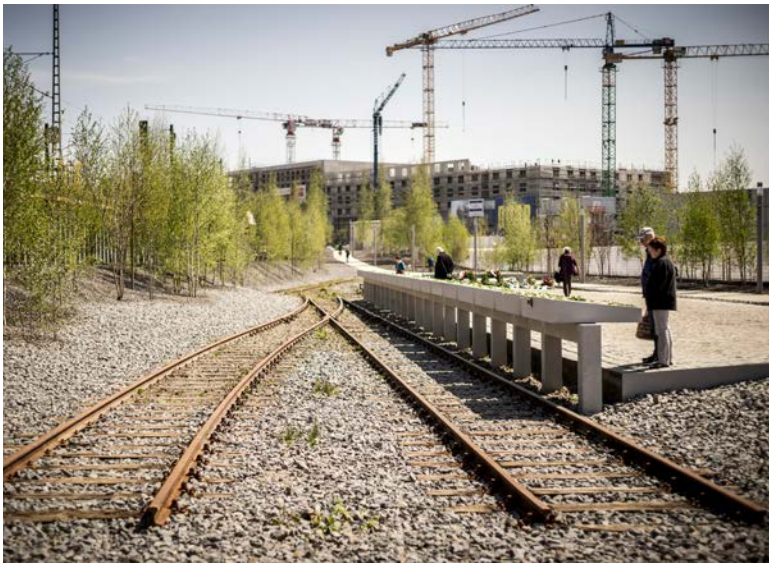
© HafenCity GmbH/ Miguel Ferraz



Entlang der Fuge verorten Informationstafeln den Deportationsbahnhof in der heutigen Typologie. Entlang der historischen Bahnsteigkante des Gleises 2 erinnern zwanzig ins Gleisbett eingelassene Tafeln aus Beton namentlich an die aus Hamburg deportierten etwa 6 700 Jüd*innen sowie über 1 300 Sinti*ze und Rom*nja als Opfer von Shoah und Porajmos. Am Ende des Bahnsteigs ist ein Betontisch mit einer Widmung platziert, an dem Gedenkveranstaltungen stattfinden.

Erinnerungslandschaft verknüpft Orte und Zeiten

Dieses Ensemble wird 2023 durch einen Ort des Gedenkens mit Information am ehemaligen Fruchtschuppen C in räum-



Der zentrale Gedenkort mit Blick auf die Namens-
tafeln und die historische
Bahnsteigkante

© HafenCity GmbH/ Miguel Ferraz

in die Geschichte der rassistischen Verfolgung im Nationalsozialismus eingebettet. Ebenso wie die Wege der Verfolgten und die Zielorte der Deportationen werden Handlungsspielräume der Mehrheitsgesellschaft und das Handeln von Tatbeteiligten aufgezeigt. Auch über den Abtransport zumeist politischer Gegner*innen in den Kriegseinsatz wird aufgeklärt. Zudem werden die Geschichte und Nachgeschichte der Verfolgung mit Gegenwartsperspektiven verknüpft. Das Dokumentationszentrum soll mit innovativen Bildungsformaten diverse Zielgruppen ansprechen.

Veranschaulichen durch Sichtbeziehungen

Kernpunkt des *denk.mal Hannoverscher Bahnhof* ist die Sichtbeziehung zwischen dem Vorplatz des ehemaligen Hannoverschen Bahnhofs, dem dann fertiggestellten Ausstellungsgebäude im Nordwesten und den historischen Relikten im Bereich des Bahnsteigs 2 im Südosten. Die Anlage nimmt Bezug auf den historischen Weg der Deportierten vom Lohseplatz und gibt den Blick frei auf die stark befahrene Nord-Süd-Trasse der Deutschen Bahn, wodurch sich Assoziationen zum Deportationsgeschehen ergeben. Damit veranschaulicht das *denk.mal Hannoverscher Bahnhof* mit seinen einzelnen Bestandteilen des Gedenkens und Lernens den Verlust, den die nationalsozialistische Verfolgung und die Deportationen in der Stadtgesellschaft hinterlassen haben und bildet zugleich einen markanten Punkt der gegenwärtigen Erinnerungslandschaft Hamburgs.



Dr. Oliver von Wrochem
oliver.vonwrochem@gedenkstaetten.hamburg.de

Der Historiker Oliver von Wrochem ist Leiter der KZ-Gedenkstätte Neuengamme und Projektleiter für das entstehende Dokumentationszentrum *denk.mal Hannoverscher Bahnhof*.

¹ Siehe von Wrochem, Oliver: *Gedenkort und Dokumentationszentrum denk.mal Hannoverscher Bahnhof: Entstehungsgeschichte und Vermittlungskonzept*. In: Kraus, Alexander; Nedelkovski, Aleksandar & Placenti-Grau, Anita (Hg.): *Ein Erinnerungs- und Lernort entsteht. Die Gedenkstätte KZ-Außenlager Laagberg in Wolfsburg*. Frankfurt und New York 2018, S. 195-213.

licher Nähe zum ehemaligen Deportationsbahnhof ergänzt. Dort wurden im Mai 1940 ca. 1 000 Sinti*ze und Rom*nja vor ihrer Deportation in das Arbeitslager Belzec im sogenannten Generalgouvernement mehrere Tage unter unmenschlichen Bedingungen interniert.

Ebenfalls 2023 wird ein Dokumentationszentrum mit Ausstellungs- und Veranstaltungsräumen in direkter visueller Beziehung zum historischen Gedenkort im Erdgeschoss eines siebenstöckigen Bürogebäudes auf der Westseite des Parks eröffnen.¹ Das Schicksal der Deportierten wird hier

Der Hafen als Raum

Ortsbestimmung für das Deutsche Hafenmuseum in Hamburg

Ursula Richenberger

Das Deutsche Hafenmuseum ist ein neues Museumsprojekt in Hamburg, bei dem das Raumgebilde Hafen in all seiner Vielfalt zum Thema gemacht wird. Unter der Perspektive globaler Vernetzung werden die verschiedenen Akteur*innen, Beziehungen, Waren- und Wissensaustauschprozesse am Knotenpunkt Hafen untersucht. Das Museum versteht sich dabei selbst als einen sozialen Raum, der Diskursort und ein Teil der Stadtgesellschaft ist. Leitlinien sind dabei Zugänglichkeit, offene Vermittlungsangebote und Barrierefreiheit.

Im Sinne Henri Lefebvres ist ein Hafen ein sozialer Raum, der seinen eigenen Gesetzmäßigkeiten unterliegt und mit ganz konkreten Machtstrukturen und politischen Strategien verknüpft ist. »Space is not a scientific object removed from ideology or politics. It has always been political and strategic. There is an ideology of space. Because space, which seems homogeneous, which appears as a whole in its objectivity, in its pure form, such as we determine it, is a social product.«¹

*Die PEKING am Hafen-
museum Hamburg, 2020*
© SHMH/ Michael Zapf



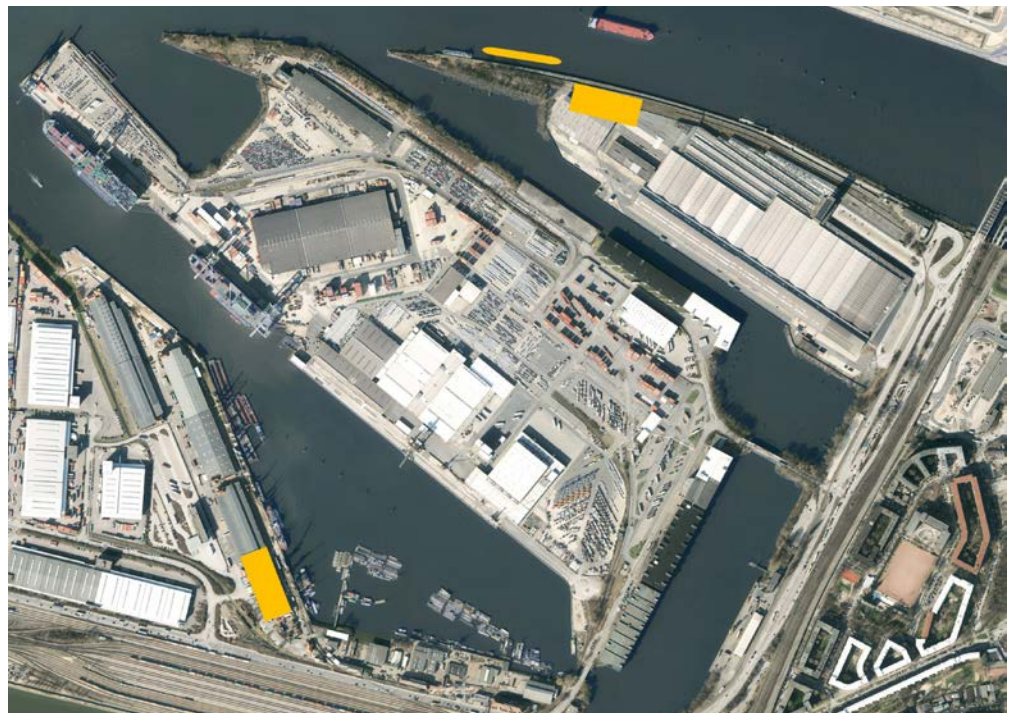
Raumgebilde Hafen als Museumsthema

In Hamburg entsteht – finanziert durch 185 Millionen Euro an Bundesgeldern und betrieben von der Stiftung Historische Museen Hamburg – ein Deutsches Hafenmuseum. Dieser museale Ort wird sich explizit mit dem Raumgebilde Hafen beschäftigen und das Sujet dabei nicht – wie zu erwarten sein könnte – vorrangig aus einer maritimen oder technischen Perspektive betrachten. Häfen sind Orte, an denen weltumspannende Transport- und Kommunikationswege ihren Knotenpunkt haben. Häfen verbinden Städte, Länder, Akteur*innen und sind künstlich angelegte Industrieorte, an denen Waren anlanden, verarbeitet und weitertransportiert werden, sie sind Orte des Transfers von Wissen und Menschen.

Standorte des Deutschen Hafenmuseums in Hamburg

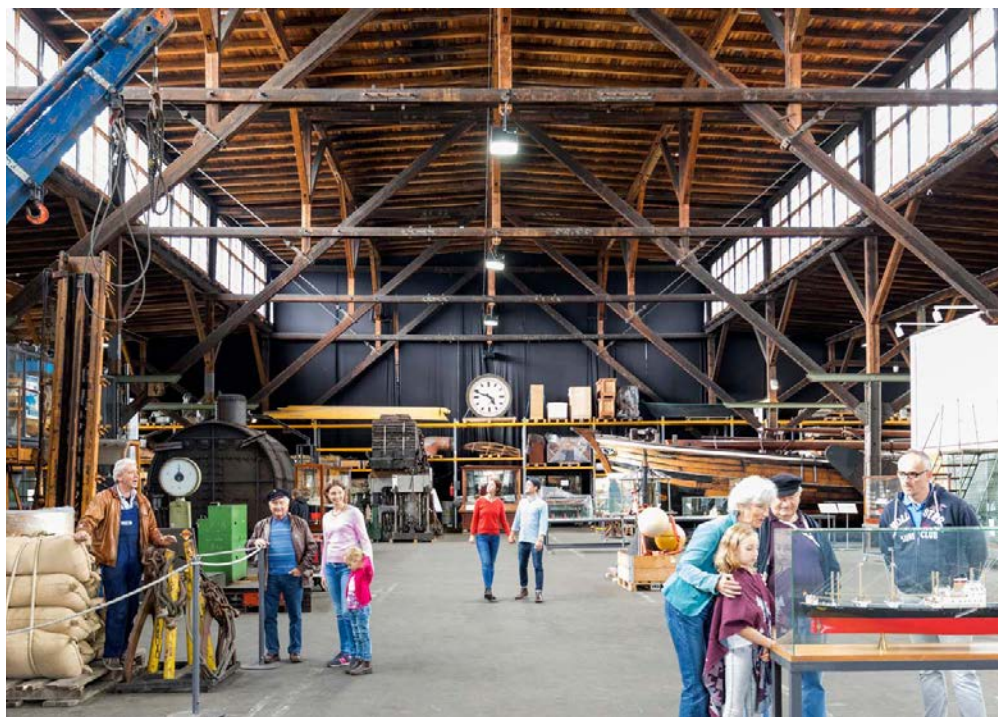
Nach einem vierjährigen Planungsprozess entschied die Stadt Hamburg 2019, das neue Museum an zwei Standorten in der Stadt zu betreiben. Zum einen wird das Hafenmuseum Hamburg im Kaischuppen 50a am Hansahafen als Teil des Deutschen Hafenmuseums weiterentwickelt werden. Der Kaischuppen ist ein authentischer Hafenort, von 1908 bis in die Mitte der 1970er Jahre für den Umschlag genutzt, mitten im Hafen gelegen und damit ein Erlebnisraum und Arbeitsort gleichermaßen – ein Ort, der mit Geräuschen, Gerüchen und Seherfahrungen die Arbeit im Hafen räumlich nah und intensiv vermittelt.

Als neuer Standort wird auf dem Kleinen Grasbrook ein Museumsgebäude entstehen, direkt am Ufer der Elbe und mit der verlockenden Möglichkeit, für einen neuen Stadtteil als identitätsstiftendes Raumobjekt zu fungieren. Der Kleine Grasbrook wird Wohnungen für 6 000 Menschen und Arbeitsplätze für rund 16 000 Menschen bieten. Das Deutsche Hafenmuseum wird als ein offenes Haus für die Stadt-



Lageplan der zwei Standorte des Deutschen Hafenmuseums und der PEKING
© SHMH

Schaudepot Hafen-
museum Hamburg, 2019
© SHMH/ Sinje Hasheider



gesellschaft geplant mit mehreren Zugängen, einer Vielzahl von barrierefrei – auch unentgeltlich – zugänglichen Flächen und Raumangeboten für Diskurse.

Raumangebote im Deutschen Hafenmuseum

Leitlinie des neuen Museums ist neben der Darstellung globaler Netzwerke in Vergangenheit und Gegenwart eine umfassende Zugänglichkeit. Das Museum soll wie der Hafen selbst arbeiten: 24/7, d.h. rund um die Uhr in Betrieb sein und den Bürger*innen und Besucher*innen jederzeit Aufenthaltsqualität bieten. Das Haus agiert als sozialer Raum, der sich der Stadtgesellschaft verstärkt als Nutzungsort anbieten möchte. Dies gilt insbesondere für die benachbarten Stadtteile Veddel und Wilhelmsburg, deren Bevölkerung bisher wenig Zugang zu der nach wie vor als elitär empfundenen Institution Museum hat. Eine Art Magnet wird dabei das Segelschiff PEKING sein, ein Viermaster, der verschiedenste Anknüpfungspunkte für Erzählungen zu globalen Fragestellungen bietet, vom Warentransport bis zu heutigen Migrationsbewegungen.

Wenn der Hafen ein sozialer Raum im Sinne Lefebvres ist, ist es auch das in ihm platzierte Museum. Hier Raum für Veränderung und vielfältige Perspektiven zu schaffen, wird Kernaufgabe eines Museums des 21. Jahrhunderts, also auch des Deutschen Hafenmuseums sein.



Ursula Richenberger
ursula.richenberger@deham.shmh.de

Ursula Richenberger ist seit 2018 Projektleiterin für den Aufbau des Deutschen Hafenmuseums in der Stiftung Historische Museen Hamburg und war zuvor Leiterin des Hafenmuseums und wissenschaftliche Mitarbeiterin im Altonaer Museum.

1 Lefebvre, Henri: *The production of space*. Oxford 1991, S. 39.

Der Zwischenraum – A Space Between

Neupositionierung im MARKK in Hamburg

Gabriel Schimmeroth

Der Zwischenraum – A Space Between ist seit Anfang 2019 die räumliche Begleitung der Neupositionierung des Museum am Rothenbaum – Kulturen und Künste der Welt (MARKK) in Hamburg. Das ehemalige Museum für Völkerkunde befindet sich seit 2017 in einem strukturellen Wandlungs- und Öffnungsprozess, den dieser Beitrag beleuchtet. Der Zwischenraum, seine kuratorischen Strategien und neue Schwerpunkte in Programm- und Publikumsentwicklung werden auch zukünftig den (post)pandemischen Museumsalltag prägen.

Museen mit sogenannten ethnografischen Sammlungen sind nicht nur komplexe, sondern auch komplizierte Orte. Ihr koloniales Erbe wird durch die dynamische gesellschaftliche Erwartung herausgefordert, diese Museen strukturell zu verändern und zu gesellschaftlich inklusiven Orten zu entwickeln. Die von der Direktorin Barbara Plankensteiner angeschobene Neupositionierung des MARKK hat Veränderungen bewirkt: den neuen Namen, neue Schwerpunkte in Vermittlung und Programm und die Initiierung eines Prozesses des Arbeitens an einem zeitgemäßen Museum.

Ein neuer Raum

*Ausstellungsansicht
Zwischenraum – A Space
Between*

© Edward Greiner

Geöffnete Vitrinen voller Einweckgläser, skulpturales Brot, Gewürzmörser auf großen Tischen. Zu DJ-Sound drängen Menschen um die Versuchsanordnung eines gemeinsamen Essens im Museum. Keine Exotisierung des Essens, sondern Werk-

stattcharakter, sozialer Austausch und Reflexion über Alltagsobjekte stehen bei der Installation von Paula Erstmann zur Eröffnung des Zwischenraums im Vordergrund.

Der Zwischenraum – A Space Between ist Teil des Projekts MARKK in Motion im Rahmen der Initiative für ethnologische Sammlungen der Kulturstiftung des Bundes.

Er funktioniert als Raum des Austauschs zwischen Museum und Gesellschaft, Kurator*innen und Besucher*innen, altem und jungem Publikum und schafft mit seinen Ausstellungen, Veranstaltungen und par-





*Installation Food
for Thought von Paula
Erstmann*
© Edward Greiner

tizipativen Formaten Ressourcen für einen Wandel. Die gestalterischen Eingriffe im Raum waren radikal. Vitrinen wurden geöffnet und zu Sitzmöglichkeiten umgebaut, modulare Möbel entworfen, die Vorhänge von den Fenstern entfernt, Essen und Trinken im *Zwischenraum* gestattet, um eine Rauman-eignung durch das Publikum zu ermöglichen und die erhabene Saalarchitektur zu brechen. Jahresthemen strukturieren die Programmarbeit des Zwischenraums: 2019 *Food for Thought*, 2020 *Party, Partizipation und Provenienzgeschichte* und 2021 *(Post)pandemische Werkstatt*.

Rückblick – Pandemie – Ausblick

Gestaltet in Zusammenarbeit mit Studio Ra und eröffnet Ende Januar 2019 werden Besucher*innen eingeladen, Veränderungsprozesse mitzugestalten und neue Gedankenräume zu schaffen. Der Raum bietet Aufenthalts- und Arbeitsbereiche und zeigt alle drei Monate kleine experimentelle Ausstellungen, z.B. zu den Themen Raubkunst aus dem Kontext des sogenannten Boxer-Kriegs, dem Verhältnis von Kolonialismus und Farbfotografie oder dem Thema Rausch. Der Wandel des *Zwischenraums* ist ein stetiger Prozess. Themen wie Provenienzforschung erhalten eigene Vitrinen, die Arbeit mit Performance-Künstler*innen wie Ursina Tossi wird experimentell musealisiert, und es werden neue diskursive Formate erprobt.

Eine spannende Beobachtung ist die Begegnung des *Zwischenraum*-Publikums bei Diskussionsveranstaltungen: So treten hier ältere Besucher*innen mit einem jüngeren Publikum in Austausch. In Diskussionen führte dies oft zu einer Art Allianz Jung und Alt (die Personen, die das Museum der 1980er Jahre noch kennen) gegenüber der Generation der Baby-Boomer und deren Erfahrungen und Vorstellungen des Museums der 1990er und 2000er Jahre. Das Museum lässt Blasen platzen und schafft unerwartete Kommunikationsmomente.

Auch die mit dem Musikkurator Sebastian Reier entwickelte vinylarchäologische Reihe *Ich markk Vinyl* brachte ein neues Museumspublikum zusammen. DJs und Künstler*innen kuratierten ausgehend von der Vinylsammlung des MARKK Abende des gemeinsamen Musikhörens. 2021 wird der *Zwischenraum* zu einer (post)pandemischen Werkstatt. Mit der Kuratorin Skadi Sarnoch werden wir neben dem musealen Raum auch digitale und städtische Räume bespielen.



Gabriel Schimmeroth
gabriel.schimmeroth@markk-hamburg.de

Gabriel Schimmeroth ist Leiter Veranstaltungen und Kurator des Zwischenraums. Er koordiniert das Projekt MARKK in Motion (2018-2022) der Initiative für ethnologische Sammlungen/ Kulturstiftung des Bundes.

Freies Erkunden des musealen Raums durch Entdeckerkarten

Irina Fritz/ Traudel Weber

Entdeckerkarten sind Teil einer unterhaltsam-spielerischen museumspädagogischen Methode, die Besucher*innen darin unterstützt, selbstbestimmt und frei den musealen Raum zu erkunden. Die Karten motivieren dazu, ausgewählte Exponate und Stationen zu suchen und diese dann – im Hinblick auf eine spezielle Frage – genauer zu betrachten und zu erforschen. Beim Einsatz mit Gruppen fördern sie zudem Schlüsselkompetenzen wie Team- und Kommunikationsfähigkeit.

Die Qual der Wahl

Bei fast jedem Museumsbesuch – sei es als Einzelbesucher*in, als Familie, als Gruppe oder Schulklasse – stellen sich solche Fragen: Welche Exponate und Themen wählt man aus der Fülle aus, welche passen zum jeweiligen Interessenshorizont oder machen neugierig, darüber hinauszugehen? Welche Objekte sind wesentlich, um das Thema zu entwickeln und zu erfassen? Wie kann der Besuch zu einem angenehmen, anregenden Erlebnis werden?



Verschiedene Karten stehen zur Wahl

*Foto: Deutsches Museum/
Christian Illing*

Mit der Entdeckerkarte das Objekt finden

*Foto: Deutsches Museum/
Jochen Peters*



In manchen dieser Fragen stecken schon zwei Blickwinkel, der von Besucher*innen, die ihren Besuch gestalten und der von Museumsmitarbeiter*innen, die Programme oder Materialien für Besuche entwickeln.

Museen bieten für unterschiedliche Zielgruppen verschiedene Auswahlhilfen an, etwa in Form von Suchkarten, Museumsquiz, Rallye, Aktivblatt, Audioguide oder umgesetzt als App. Manche führen zu einem Exponat, andere zu mehreren, die thematisch verknüpft oder besondere Highlights sind. Sie sind ganz unterschiedlich gestaltet und werden verschieden eingesetzt: innerhalb von Programmangeboten des jeweiligen Museums oder begleitend und von den Besuchenden herunterzuladen, kostenlos im Museum erhältlich oder dort zu kaufen.

Für alle gilt: Sie laden dazu ein, die Ausstellungen selbständig zu erkunden, spielerisch und meist selbstgesteuert die Exponate im musealen Raum kennenzulernen.

Die Entdeckerkarten im Deutschen Museum

Im Deutschen Museum haben wir vor einigen Jahren begonnen, verstärkt Entdeckerkarten als einen wichtigen Bestandteil der Schulklassenprogramme zu entwickeln. Zu Beginn des Programms in der Ausstellung unterstützen sie die Schüler*innen dabei, selbständig die Ausstellung zu erkunden. Kinder im Grundschulalter finden auf einer Seite der Entdeckerkarte meist zwei Bilder: Eingebettet in ein großes Bild, das ein Detail des Exponats zeigt, sehen sie ein kleines Foto des ganzen Exponats, zum Beispiel also groß den Türgriff eines Autos und klein das zugehörige Auto. Das Detailbild soll den detektivischen Ehrgeiz wecken, das kleine Bild kann verhindern, dass die Suche zu schwer wird und zu lange dauert. Fragen auf der zweiten Seite sollen die Schüler*innen anregen, sich eingehender und oft unter einem bestimmten Aspekt mit dem Exponat zu beschäftigen. Für

Kinder, die noch nicht so flüssig lesen, kann sich das auf eine sich wiederholende Frage beschränken – etwa nach dem Material, aus dem verschiedene Boote oder Flugzeuge gemacht sind. Ältere Kinder finden auf der Vorderseite der Karte nur das Detailbild, auf der Rückseite bis zu vier Fragen. Offene Fragen wie »Was meinst du? Was denkst du? Was findest du daran am interessantesten«, auf die es keine richtige/ falsche Antwort gibt, wechseln sich mit geschlossenen Fragen ab, bei denen zum Beispiel bestimmte Eigenschaften eines Exponats betrachtet werden. Die Fragen beziehen sich meist auf ein Exponat oder laden dazu ein, Exponate zu vergleichen. Wenn Informationen in der Ausstellung zu einem für das Programthema wichtigen Aspekt fehlen oder für die Altersstufe ungeeignet sind, bieten die Karten Zusatzinformationen an.

Mit Entdeckerkarten den musealen Raum erforschen

Nach der Einführung in das Thema und in den Ablauf beginnt die Phase, in der die Schüler*innen die Ausstellung selbständig erkunden. Sie bilden Teams von je zwei bis drei Personen und machen sich mit einer gewählten Entdeckerkarte auf den Weg. Sie orientieren sich selbst im Raum und haben bei der Suche nach dem auf der Karte gezeigten Exponat Gelegenheit, nicht nur einen Einblick in die Gesamtausstellung zu erhalten, sondern auch eigene Funde zu machen.

Wenn das Team sein Objekt gefunden hat, regen die Fragen der Entdeckerkarte dazu an, das Exponat genau zu betrachten und zu erforschen und sich in den zugehörigen Texten Informationen zu suchen. Insbesondere die offenen Fragen laden dazu ein, Stellung zu beziehen und sich selbst in Beziehung zum Objekt zu setzen. Die Kinder tauschen sich im Team über ihre Wahrnehmungen aus, vergleichen und diskutieren die in der Gruppe entstehenden Antworten auf die gestellten Fragen und schärfen damit ihre Wahrnehmung. Oft bilden sich aus den Antworten neue Fragen.

Wenn ein Team sein Objekt beforscht hat oder wenn es seine Erkenntnisse überprüfen will, kehrt es zur museumspädagogischen Begleitung zurück, die ein paar gezielte Nachfragen über die Entdeckungen stellt. Manchmal schaut das Team dann noch einmal etwas nach oder es nimmt gleich die nächste Karte.

Für diese freie Erkundungsphase hat sich innerhalb unserer Schulklassenprogramme, die auch noch einen praktischen Teil enthalten, eine Zeitspanne von 15-20 Minuten als sinnvoll herausgestellt; dann bleibt genügend Zeit für den gemeinsamen Rundgang. Wie viele Karten ein Team bearbeitet, hängt von der insgesamt zur Verfügung stehenden Zeit ab, aber auch von der Arbeitsgeschwindigkeit der jeweiligen Teams. Solange eine intensive Auseinandersetzung mit dem Objekt bzw. Exponat erfolgt, entscheidet das Team selbst, wie lange es an einem Objekt bleibt. Die Gruppen können nach eigenem Ermessen eine oder mehrere Karten bearbeiten. Anders als bei einer Rallye oder einem Aktivblatt gibt es kein »ich habe nicht alles geschafft«, jedes Team ist in seinem Tempo erfolgreich. Manche Gruppen entdecken auch ein ganz neues Objekt für sich; wenn möglich beziehen es die Museumspädagog*innen in das Programm ein. Das Arbeiten mit den Entdeckerkarten bietet auch die Möglichkeit, je nach Interessenslage und Vorkenntnissen leicht veränderte Schwerpunkte zu setzen oder zwischen Karten mit leichteren und anspruchsvolleren Fragen zu wählen. Wichtig bei der Erkundungsphase ist, dass

*Genau hinschauen,
das Objekt erforschen,
diskutieren*

*Foto: Deutsches Museum/
Jochen Peters*



den Teams die Grenzen des zu erkundenden Raums klar sind und dass sie immer wieder Kontakt zu den Museumspädagog*innen aufnehmen können.

Nach dieser Phase des selbständigen Suchens und Erkundens der Objekte wird dann das Erforschte in einem gemeinsamen Rundgang zusammengetragen. Innerhalb der Klasse sind nun die Teams Junior-Expert*innen für die von ihnen beforschten Stationen und stellen jeweils ihre Ideen, Erfahrungen und Erkenntnisse vor. Falls ein zweites Team die gleiche Karte gewählt hat, können die Ergebnisse verglichen werden. Die museumspädagogische Begleitung moderiert den Rundgang und ergänzt Informationen, die in der Ausstellung nicht vorhanden oder von den Schüler*innen nicht erschließbar sind. Und sie entwickelt im Gespräch mit der Gruppe die wesentlichen Zusammenhänge.

Mit diesem Setting sind einige der Kriterien erfüllt, die nach Turner und Paris¹ die Motivation und damit den Lernerfolg beeinflussen. Wenn die Schüler*innen selbst entscheiden, mit wem sie ein Team bilden, welche Karte sie nehmen, wie lange sie an einem Objekt arbeiten, dann erleben sie Auswahl und Kontrolle. Die Herausforderungen, die ihnen die Karten stellen, lösen sie in Kooperation mit ihrem Team, und sie haben Gelegenheit, die von ihnen gefundenen Kenntnisse mit einer eigenen Deutung zu versehen.

Entdeckerkarten und Kompetenzen

Mit dem Einsatz der Entdeckerkarten verfolgen wir – wie mit dem gesamten Schulklassenprogramm – vor allem das Ziel, entdeckend-forschendes und kompetenzorientiertes Lernen zu ermöglichen bzw. zu unterstützen und das Museum als besonderen Ort erlebbar zu machen. Angeregt durch die Entdeckerkarten bauen die Kinder und Jugendlichen einen Bezug zu den ausgewählten Exponaten auf. Sie erleben sich als Forschende, Entdeckende, als Akteur*innen – und den musealen

Raum als einen besonderen Ort, der solche Erfahrungen möglich macht. Wenn sie überraschende, faszinierende Dinge an einem Exponat beobachten oder herausfinden und nach Erklärungen suchen, können sie eigenes Wissen anwenden und auch eigenständig Wissen aufbauen. Die Gespräche im Team, die sich dabei entspinnen, folgen oft einigen Schritten des Pfads, der für forschendes Lernen charakteristisch ist:² Auf eine Frage hin wird eine Vermutung formuliert, eine Hypothese gebildet und dann überlegt, wie diese Hypothese bestätigt werden könnte. In der Ausstellung kann die Hypothese durch neue Informationen aus einem Ausstellungstext, einem Bild oder einer Zeichnung oder durch Rücksprache mit einer Person überprüft, als richtig eingestuft, modifiziert oder verworfen werden. Dann beginnt das Nachdenken, Forschen, Hypothese-Bilden von Neuem. Dabei trainieren die Kinder Lese- und weitere Informationsverarbeitungskompetenzen. Die Zusammenarbeit im Team fordert und erweitert Sozialkompetenzen; die Überlegungen, welche Aspekte ihrer Entdeckungen jedes Team wie mit der gesamten Gruppe teilen will, tragen zur Selbstorganisationskompetenz bei.

Die Förderung der verschiedenen Kompetenzen durch die Arbeit mit den Entdeckerkarten bietet den unterschiedlichen Kindern und Jugendlichen Möglichkeiten zu Erfolgserlebnissen und trägt so dazu bei, dass sie Selbstwirksamkeit erfahren können. Haben die Kinder eine Frage beantwortet oder ein Ziel erreicht, so haben sie sich selbstwirksam erlebt: Ich kann mir etwas erklären! Ich kann etwas überprüfen! Ich kann mich verständlich machen! Ich kann Einfluss auf meine Umgebung nehmen! Der kanadisch-amerikanische Psychologe Albert Bandura, der den Begriff der Selbstwirksamkeit prägte, hat auch deren große Bedeutung beschrieben: Menschen beginnen meist nur dann eine Handlung oder nehmen eine Herausforderung an, wenn sie davon überzeugt sind, sie auch erfolgreich bewältigen zu können.³ Die Entdeckerkarten unterstützen also dabei, die konkreten Inhalte so zu vermitteln, dass sich aus dem *Wie* des Lernens die Förderung von grundlegenden Kompetenzen ergibt.⁴ Sicher reicht für den Prozess die einmalige Vermittlung und Förderung nicht aus; das Museum leistet einen Beitrag, indem es den Kindern und Jugendlichen einen neuen Spiel- und Erlebnisraum eröffnet.

Rückmeldungen und Erfahrungen

Unsere Erfahrungen mit den Entdeckerkarten sind sehr positiv. Durch den Einsatz der Karten fühlt sich die Gruppe sehr schnell in der neuen Umgebung vertraut. Der spielerische Aspekt, die Dinge zuerst zu finden und dann die Aufgaben zu lösen, begeistert die Kinder. Es ist immer schön zu erleben, wie auch eher schüchterne Kinder zu einem für sie faszinierenden Objekt plötzlich etwas Interessantes und Wichtiges erzählen. Spannend für uns waren auch Rückmeldungen der Kinder, die von Objekten erzählten, die eigentlich gar nicht gesucht werden sollten, aber die sie während ihrer Suche fanden und die sie beeindruckten. Weil die Entdeckerkarten keinen bestimmten Weg zum Objekt vorgeben, können sich die Kinder frei im Raum bewegen und ihre ganz eigenen Entdeckungen machen. Das verstärkt zusätzlich die Freude daran, den musealen Raum zu erforschen und zu entdecken – ein sehr bereichernder Aspekt bei der Arbeit mit den Entdeckerkarten. Aus Briefen, die Kinder nach dem Museumsbesuch an uns geschrieben haben, geht auch hervor, dass sie reflektieren, was sie Neues erfahren haben und auch im Nachgang noch

Vermutungen über Objekte anstellen. Auch die Lehrer*innen zeigten sich erfreut, wie intensiv sich die Schüler*innen mit den verschiedenen Objekten auseinandersetzten.

Um belastbarere bzw. umfangreichere Aussagen darüber zu erhalten, in welchem Maße die Entdeckerkarten und unsere Schulklassenprogramme im Hinblick auf die angestrebten Ziele wirksam sind, haben wir ein Evaluierungstool entwickelt. Pandemiebedingt konnten wir es noch nicht einsetzen.

Einige der Entdeckerkarten-Sets stehen auch Lehrer*innen und Familien zur Verfügung, die den Museumsbesuch ohne pädagogische Begleitung gestalten wollen. Sie finden direkt im Kartenset Tipps zur Verwendung und auf der Homepage des Deutschen Museums Zusatzinformationen.



Irina Fritz

i.fritz@deutsches-museum.de

Irina Fritz studierte Biologie und Umweltschutztechnik. In der Bildungsabteilung des Deutschen Museums ist sie zuständig für die Entwicklung von Tinkering- und Schulklassenprogrammen.

Traudel Weber

g.weber@deutsches-museum.de

Traudel Weber studierte Biologie und Chemie/ Lehramt. Ein Schwerpunkt ihrer Arbeit im Deutschen Museum ist die Entwicklung von Schulklassenprogrammen und Entdeckerkarten.



- 1 Paris, Scott G. & Turner, Julianne C.: *Situated motivation*. In: Pintrich, Paul R.; Brown, Donald R. & Weinstein, Claire Ellen (Hg.): *Student motivation, cognition, and learning: Essays in honor of Wilbert J. McKeachie*. Hillsdale/ NJ 1994, S. 213-237.
- 2 Bell, Thorsten: *Forschendes Lernen*. In: Piko-Brief Nr. 11, IPN Kiel, 2010.
- 3 Siehe Schwarzer, Ralf & Jerusalem, Matthias: *Das Konzept der Selbstwirksamkeit*. In: Jerusalem, Matthias & Hopf, Diether (Hg): *Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen*, Zeitschrift für Pädagogik, 44. Beiheft. Weinheim und Basel 2002 sowie Müller, Andreas: *Selbstwirksamkeit* (Learning Factor) www.wolfhalden.ch/public/upload/assets/154/Selbstwirksamkeit.pdf [06.03.2021].
- 4 Bunk, Gerhard P.; Kaiser, Manfred & Zedler, Reinhard: *Schlüsselqualifikationen: Intention, Modifikation und Realisation in der beruflichen Aus- und Weiterbildung*. Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 24. Jg., 1991.

Mit Kindergartenkindern ins Museum

Die Kindergartenangebote 4+ des Kunst- und Kulturpädagogischen Zentrums der Museen in Nürnberg (KPZ)

Regina Rüdebusch/ Lena Schmiedl

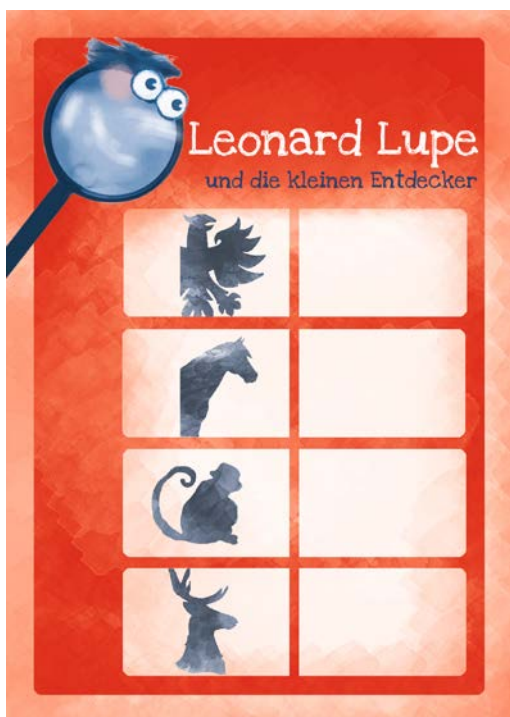
Im Jahr 2016 startete das KPZ mit der Konzeption von Führungsangeboten für Kindergartengruppen mit Kindern ab vier Jahren. Auf Basis u.a. des *Bayerischen Bildungs- und Erziehungsplans* (BayBEP) entstanden Konzeptionsleitlinien, die anhand erprobter Methoden exemplarisch aufgezeigt werden. Außerdem wird dargestellt, inwieweit eine Verbindung der museumspädagogischen Arbeit mit dem BayBEP möglich und sinnvoll ist.

Mit Kindergartenkindern ins Museum?

Oftmals kann man beobachten, dass gerade Kindergartenkinder sich mit großen Augen, fast ein wenig skeptisch umschauen, wenn sie Museen betreten. Viele haben diese Orte noch nie zuvor besucht und dementsprechend ungewohnt ist die neue Umgebung.¹ Auch Erzieher*innen sind oft unsicher im Hinblick auf Museums-



Die kleinen Entdecker dürfen mit ihren eigenen Lupen selbst erforschen
Foto: KPZ/ Thomas Ruppenstein



Die Stationen der Führung Leonard Lupe und die kleinen Entdecker sind auf dem Entdeckerpass dargestellt

Gestaltung der Karte: Johanna Kläver, Nürnberg

besuche mit ihren Schützlingen, weil ihnen die Erfahrung mit dieser Art von Ausflügen oftmals fehlt.²

Das KPZ hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese Berührungsgängste abzubauen und im Sommer 2016 fünf Führungskonzepte³ für verschiedene Nürnberger Museen erstellt. Die Angebote richten sich speziell an Kindergartengruppen ab vier Jahren.

Für diese Führungen wurden Leitlinien definiert, die auf den Interessen und Bedürfnissen der Zielgruppe basieren. Die Ansatzpunkte einer Vorabrecherche bildeten, neben ausgewählter Literatur, Interviews mit leitenden Erzieher*innen aus Nürnberger Kindertagesstätten und der BayBEP.⁴ Insgesamt wurden die Leitungen von vier Kindertagesstätten befragt. Die Fragen bezogen sich auf die Interessen der Kinder an verschiedenen Themen sowie die Bedürfnisse, z.B. nach Trinkpausen oder der Länge der Aufmerksamkeitsspanne. Der BayBEP ist ein Orientierungsplan für Kindertageseinrichtungen. Er stellt die Aufgaben einer ganzheitlichen Betreuung, Bildungs- und Erziehungspartnerschaft mit den Eltern in den Vordergrund. Diesen Anforderungen kann ein Museumsbesuch so

nicht vollständig gerecht werden. Daher sind die Grundsätze im Sinne des BayBEPs zu übernehmen und bei Bedarf anzupassen.

Vielfältige Methoden, u.a. aus der Kunst- und Theaterpädagogik,⁵ Spiel- und Bewegungselemente im Sinne der frühpädagogischen Anforderungen und die Ansprache verschiedener Wahrnehmungskanäle wurden in die Führungskonzepte integriert.

Kompetenzorientierung

Im BayBEP sind die zu vermittelnden Inhalte in Bildungs- und Erziehungsbereiche gegliedert. In einer Führung können zumeist mehrere Bildungsbereiche angesprochen werden: So vereint die Veranstaltung *Schlosskinder auf Entdeckungsreise* im Museum Tucherschloss, bei der die Kinder das Leben der Patrizier im alten Nürnberg kennenlernen, die Bereiche *Ästhetik, Kunst und Kultur, Geschichtsverständnis und Bewegung, Rhythmik, Tanz und Sport*. Hieraus entsteht bereits eine Herausforderung in der Kommunikation an die Zielgruppe, denn die Ausschreibung der Programme in der Bewerbung kann nur eine Auswahl der geförderten BayBEP-Bildungsbereiche in den Mittelpunkt stellen. Im vorhergehenden Beispiel werden beim Tanz einer Pavane im Festsaal weitere, nicht ausgeschriebene Bereiche angesprochen: dank passender musikalischer Untermalung *Musik* und beim Zählen der Schritte *Mathematik*.

Mithilfe dieser Bildungsbereiche sollen den Kindern grundlegende Kompetenzen vermittelt werden.⁶ Die in den Führungen des KPZ genutzten Methoden zielen darauf ab, mehrere dieser Kompetenzen zu fördern: In der Führung *Leonard Lupe und die kleinen Entdecker* kommen die Kinder zum bedeutenden spätmittelalterlichen Heiltumsschrein⁷ im Germanischen Nationalmuseum. Sie erfahren, dass darin der Reichsschatz sicher verschlossen aufbewahrt wurde. Anhand einer klei-

nen Schatzkiste mit Vorhängeschloss dürfen die Kinder selbst nach dem passenden Schlüssel für das Schloss suchen. Aus einem Schlüsselbund mit vielen verschiedenen Schlüsseln wählen sie nacheinander aus und versuchen, das Geheimnis um ein wertvolles Objekt im Inneren der Schatzkiste zu lüften. Dabei handelt es sich um einen Feuerstein, der inhaltlich auf das nächste Objekt der Führung hinweist.

Das Ausprobieren der Schlüssel schult die Feinmotorik. Das Herumgeben des Schlüsselbunds festigt die Beziehungen zwischen den Kindern, sie kooperieren und üben sich in solidarischem Verhalten. Auch der Umgang mit Resilienz wird in Ansätzen geschult, wenn wieder ein Schlüssel nicht passt und vor den Augen der anderen ein neuer Versuch gestartet werden muss.⁸

Kindlich aktives Lernen

Im zuvor geschilderten Beispiel verbirgt sich zudem ein weiteres Prinzip: Möglichst viele Sinne sollen angesprochen werden, denn »wenn Kinder lernen, dann lernt immer das ›ganze Kind‹ mit all seinen Sinnen«. ⁹ Das oben erwähnte gemeinsame Entdecken eines Feuersteins spricht vier Sinne zugleich an: Die Kinder hören das Klappern beim Schütteln der Schatzkiste, sie betrachten den Inhalt, schnupfern am Stein und ertasten dessen Oberfläche. Die Materialität zieht sich als roter Faden durch das Programm. Metall, Schiefer, Holz, Sand- und Feuerstein – die Kinder bekommen alle Materialien in die Hand und können sie genau untersuchen. Das Haptische spielt eine zentrale Rolle. Zudem wurde darauf geachtet, dass es sich um Gegenstände in unterschiedlichem Erhaltungszustand handelt – von scheinbar neu und unbeschadet bis erkennbar alt, zerkratzt und abgenutzt –, damit die Kinder eine möglichst große Bandbreite an Museumsobjekten kennenlernen können. Sie sollen verstehen, dass Stücke, die auf den ersten Blick unterschiedlich wertvoll erscheinen, für Museen erhaltenswert sind.

Bewusst werden bei den Angeboten für Kindergärten Methoden ausgewählt, bei denen sich die Kinder bewegen können, wie z.B. das gemeinsame Tanzen der Pavane. Hiermit wird dem Bewegungsdrang der Kinder, der ebenfalls eine Grundlage kindlich aktiven Lernens ist, ¹⁰ Rechnung getragen und einer möglichen Unruhe der Gruppe aufgrund des Bewegungsmangels vorgebeugt.

Außerdem sollen bei den Methoden möglichst alle Kinder einbezogen werden. Dies dient dem »Bilden einer lernenden Gemeinschaft« ¹¹ und alle Kinder bleiben den Geschehnissen der Führung zugewandt. ¹²

Lebensweltbezug schaffen

Ein Bezug zur Lebenswelt der Kinder kann eine Verbindung zu dem unbekannten Ort herstellen und Interesse schaffen, auch wenn ein museales Thema nicht auf den ersten Blick im Bereich kindlicher Interessen liegt. Dies kann durch die Nutzung von den Kindern bekannten Situationen oder Objekten geschehen: ¹³ Zu Beginn der Führung *Leonard Lupe und die kleinen Entdecker* werden die Kinder nach ihren Sammelgewohnheiten befragt. Fast alle Kinder haben bereits irgendetwas gesammelt oder sammeln aktiv. Nicht nur der Vorgang an sich ist für Kinder bedeutungsvoll; die kleinen Gegenstände, vielleicht Steine oder Figuren, werden in Kisten gelegt, wieder herausgenommen, geordnet, neu geordnet und um weitere Stücke ergänzt.

Die Kinder entdecken eine besondere Schatzkiste – den Heiltumsschrein im Germanischen Nationalmuseum

Foto: KPZ/ Thomas Ruppenstein



Die eigene Sammelerfahrung verbindet die Lebenswelt der Kinder mit dem Museum, denn auch dort wird aktiv gesammelt, wie die *Lupe Leonard* den Kindern erklärt.¹⁴

Weniger ist mehr

Die Teilnehmer*innenzahl wurde auf 12 begrenzt. Da alle Kinder aktiv einbezogen werden sollen, ist eine Reduzierung der Gruppengröße notwendig. Aktuell legt zudem auch die Bertelsmann-Studie aus dem Sommer 2020 zu Rahmenbedingungen in Kitas einen ähnlichen Betreuungsschlüssel nahe.¹⁵

Eine Begrenzung auf drei bis vier Ausstellungsstücke empfiehlt die Fachliteratur.¹⁶ Hinzu kam der Wunsch der Erzieher*innen nach flexibel anpassbaren Pausen. Die Führungen werden daher nach einer Art Baukasten-Prinzip mit wenigen klar strukturierten, zeitlich flexibel anpassbaren Stationen gestaltet, die 90 Minuten in der Regel nicht überschreiten. Besonders die Führung *Leonard Lupe* verdeutlicht dieses Prinzip mit einem eigens für das Programm kreierten Entdeckerpass. Die vier Stationen werden nach der Erforschung des jeweiligen Objekts abgestempelt und bieten den Kindern Orientierung über die Anzahl der nachfolgenden Stationen.

Die Hemmschwelle zum Museumsbesuch soll auch durch einen niedrigen Preis abgebaut werden. In allen betreffenden Museen haben die Kindergartengruppen mit bis zu drei Begleitpersonen freien Eintritt. Es fällt lediglich eine Führungsgebühr von 35 Euro an.

Wie ging es weiter?

Im Herbst 2016 fand eine Testphase statt, nachfolgend wurden einige Methoden optimiert: Gerade bei kreativen Angeboten war der Zeitbedarf deutlich höher als

Die Schlosskinder auf Entdeckungsreise im Museum Tuscherschloss, Nürnberg

Foto: KPZ/ Thomas Ruppenstein



90 Minuten, und einige Methoden entpuppten sich in der Praxis für die Kinder als langwierig und wenig spannend.

Eine Herausforderung liegt weiterhin in der Bewerbung der Angebote, da die Kita-Leitungen zahlreiches Werbematerial für Unternehmungen mit den Kindern bekommen. Hier erwiesen sich Mundpropaganda und Fortbildungen für Erzieher*innen als zeitaufwendiges, aber erfolgreicher Mittel. Letztere finden einmal jährlich statt, und in der Präsentation der aktuellen Programme wird ein Fokus auf die Darstellung der jeweiligen Methoden mit den entsprechenden Materialien gelegt. Um die Abläufe zu veranschaulichen, werden die Stationen der Führung um *Leonard Lupe* sogar mit den Teilnehmer*innen abgelaufen und vor dem Objekt präsentiert. Zudem wird auf die Vorgehensweise bei der Buchung eingegangen sowie auf die Schilderung, inwieweit die Gegebenheiten vor Ort auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet sind.

Abschließend kann festgestellt werden, dass ein durchgehender Bezug zum BayBEP durch die vollkommen andere Situation im Museum nicht möglich ist. So hat beispielsweise die Mitbestimmung der Kinder aus Zeitgründen nicht genug Spielraum.¹⁷ Der BayBEP bietet aber gute Ansatzpunkte wie die Kompetenzorientierung als Richtlinie und die Grundzüge des kindlich-aktiven Lernens, wenn man sich der Arbeit mit den kleinsten Museumsbesucher*innen widmen möchte.



Regina Rüdebusch
r.ruedebusch.kpz@gnm.de

Regina Rüdebusch ist seit 2015 am Germanischen Nationalmuseum im Bereich Vermittlung tätig, seit 2018 finanziert durch den Aktionsplan der Leibniz-Forschungsmuseen. Ihre Schwerpunkte sind die Weiterentwicklung des Mediaguides, Besucherbefragungen und Inklusion.



Lena Schmiedl M. A.
l.schmiedl.kpz@gnm.de

Lena Schmiedl ist Museumspädagogin im Kunst- und Kulturpädagogischen Zentrum der Museen in Nürnberg und dort u.a. für die Bereiche Kindergärten, Grundschulen und Kindergeburtstage zuständig.

- 1 Vgl. Schumann-Jung, Bettina: *Was können Museen leisten?* In: Museumspädagogisches Zentrum München (Hg.): *Museumspädagogik für Kindergärten*. Grundlagen. Inhalte. Methoden. München 2006, S. 38-46, hier S. 44.
- 2 Vgl. ebenda, S. 44. Für die Erstellung der Angebote wurden Interviews mit leitenden Erzieherinnen Nürnberger Kindergärten durchgeführt, die diese Aussagen getroffen haben.
- 3 Dabei handelt es sich um die Angebote *Leonard Lupe und die kleinen Entdecker* im Germanischen Nationalmuseum, *Traumreise im Seerosenteich* im Germanischen Nationalmuseum, *Schlosskinder auf Entdeckungsreise* im Museum Tuscherschloss, *Ab geht's! Fahrräder, Autos und große Maschinen* im Museum Industriekultur und *Spielwelten für kleine Museums Gäste* im Spielzeugmuseum Nürnberg (2019 überarbeitet und ersetzt durch *Oma Lydias Spielzeugkiste*). Im Jahr 2020 kam zudem noch das Angebot *Elli Eichhörnchen öffnet ihre Kunstvilla* in der Kunstvilla hinzu. Für die Angebote siehe auch: www.kpz-nuernberg.de [01.02.2021].
- 4 Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen & Staatsinstitut für Frühpädagogik München (Hg.): *Der Bayerische Bildungs- und Erziehungsplan für Kinder in Tageseinrichtungen bis zur Einschulung*, 10. Aufl., Berlin 2019.
- 5 Einen guten Überblick über die Anforderungen an museumspädagogische Methoden in der Arbeit mit Kindern bieten: Ruempler-Wenk, Mila & Schad, Karin: *Jüngere Kinder, Kindergärten und Museen*. In: Commandeur, Beatrix; Kunz-Ott, Hannelore & Schad, Karin (Hg.): *Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen*. München 2016, S. 255-261, hier S. 259.
- 6 Kompetenzen sind nach dem BayBEP »grundlegende Fertigkeiten und Persönlichkeitscharakteristika [...], die das Kind befähigen, mit anderen Kindern und Erwachsenen zu interagieren und sich mit den Gegebenheiten in seiner dinglichen Umwelt auseinander zu setzen« wie z.B. die Problemlösefähigkeit als Teil der kognitiven Kompetenzen oder die soziale Kompetenz »Empathie und Perspektivenübernahme«. Siehe Anm. 4, S. 43.
- 7 Die Reichsreliquien wurden in diesem Schrein unter der Decke des Chors der Kirche des Nürnberger Heilig-Geist-Spitals aufgehängt, damit sie den Blicken der Gläubigen nicht ganz entzogen waren. Vgl. Schürer, Ralf: *Die Reichsheiltümer und Nürnberg*. In: Puhle, Matthias & Hasse, Claus-Peter (Hg.): *Heiliges Römisches Reich Deutscher Nation 962-1806. Von Otto dem Großen bis zum Ausgang des Mittelalters*. Magdeburg 2006, S. 483-485, KG 187, Heilumsschrein, Goldschmiedearbeiten: Hans Scheßlitzer, Peter Ratzko; Schreinerarbeiten: Hans Nürnberger; Malerei: Lucas NN, unbekannter Messinggießer, Nürnberg 1438-1440; Dauerleihgabe der Evangelisch-Lutherischen Kirchengemeinde Nürnberg, St. Lorenz.
- 8 Vgl. die folgenden Basiskompetenzen im BayBEP »Grob- und feinmotorische Kompetenzen«, »Kooperationsfähigkeit« und »Resilienz«. Siehe Anm. 4, S. 60, S. 62 und S. 81-95.
- 9 Siehe Anm. 4, S. 17.
- 10 Siehe Anm. 4, S. 17.
- 11 Siehe Anm. 4, S. 416f.
- 12 »Von äußeren Lernanreizen profitieren Kinder am meisten, wenn sie am Lernprozess aktiv beteiligt sind und möglichst viel selbst handeln, denken und experimentieren dürfen.« Siehe Anm. 4, S. 17f.
- 13 Vgl. Schumann-Jung, Bettina, 2006, S. 26.
- 14 Vgl. Kirchner, Constanze: *Kinder & Kunst. Was Erwachsene wissen sollten*. Seelze-Velber 2008, S. 13f.
- 15 »Nach wissenschaftlichen Empfehlungen sollten Gruppen für jüngere Kinder nicht mehr als zwölf Kinder umfassen, für die Älteren nicht mehr als 18.« www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2020/august/schlechte-rahmenbedingungen-erschweren-die-bildungsarbeit-der-kitas [25.01.2021].
- 16 Vgl. Schumann-Jung, Bettina, 2006, S. 27.
- 17 Siehe Anm. 4, S. 401-426.

Die Manns und wir

Vier Jahre Co-Kuratieren am Buddenbrookhaus im Rahmen des partizipativen Bildungsprojekts Literatur als Ereignis (2015–2019)

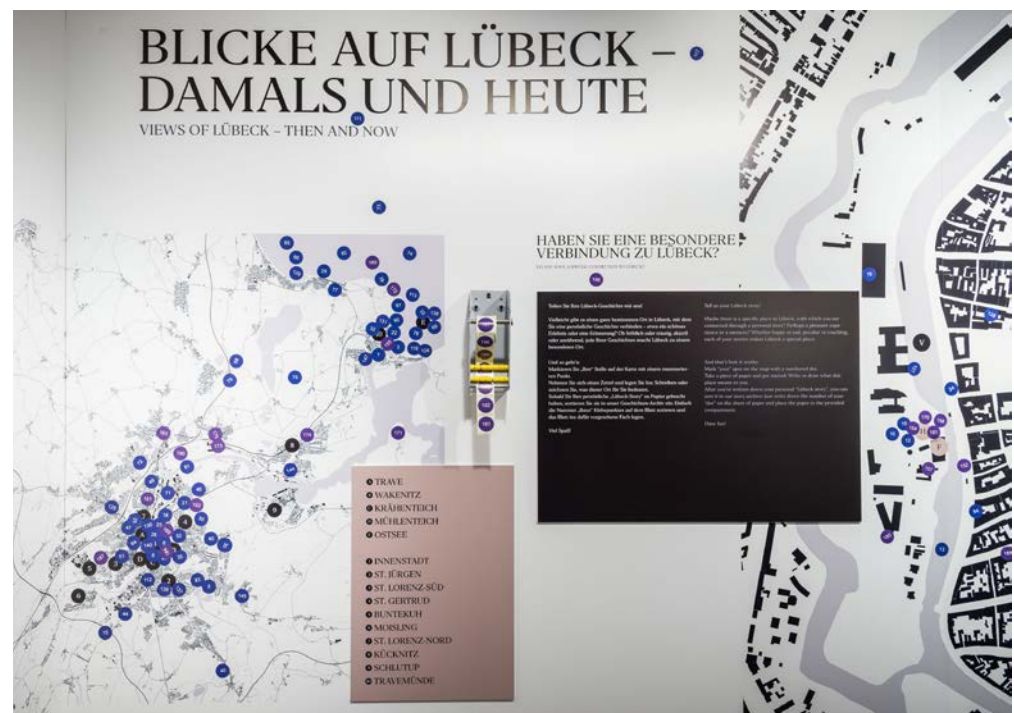
Diana Wenninger

Über vier Jahre haben sich Schüler*innen einer Lübecker Grund- und Gemeinschaftsschule an dem kuratorischen Prozess einer neuen Dauerausstellung für das weltbekannte Literaturmuseum Buddenbrookhaus beteiligt. Zwischenergebnisse ihrer Arbeit wurden in jährlichen Laborausstellungen des Museums präsentiert. Sowohl die Museumsprofs als auch die Jugendlichen konnten in der Zusammenarbeit voneinander lernen.

Was verbinden Jugendliche mit dem Stichwort Museum? Leider fällt hier oftmals der Begriff »Langeweile«. Doch was, wenn Schüler*innen selbst bestimmen können, was sie im Museum sehen und erleben möchten? Was, wenn sie selbst als Kurator*innen fungieren und eine Ausstellung nach ihrem Geschmack auf die Beine stellen dürfen?

Diese Frage stellte man sich im Jahr 2014 im Buddenbrookhaus in Lübeck. Das Literaturmuseum mit der markanten Fassade macht nicht nur Thomas Manns Jahrhundertroman *Buddenbrooks* (1901), sondern auch das Leben und Wirken der weltberühmten Familie Mann erlebbar und ist für Besucher*innen der Hansestadt eine der Hauptattraktionen. Das Museum soll baulich erweitert werden und eine völ-

Lübeck-Karte aus der Laborausstellung Herzensheimat
Foto: Olaf Malzahn



lig neue Dauerausstellung erhalten. Daraus ergab sich die Chance, die wichtigste Zielgruppe des Literaturhauses, die Schüler*innen, in die kuratorische Arbeit miteinzubeziehen und so für die neue Dauerausstellung Lösungen zu finden, die gezielt Jugendliche ansprechen und interessieren. Ein Projekt zu schaffen, bei dem Schüler*innen ihre Wünsche und Vorstellungen von einer für sie als spannend empfundenen Präsentation rund um die Buddenbrooks und die Manns nicht nur äußern, sondern auch aktiv umsetzen dürfen, war das Ziel. Dabei war von Anfang an geplant, die so entstandenen Elemente auch in die Dauerausstellung des neuen Buddenbrookhauses zu integrieren, die voraussichtlich ab 2024 nach dem Umbau zu sehen sein wird und die eine Umsetzung sucht, die ihre Nutzer*innen interaktiv und partizipativ miteinbezieht. Zugleich sollte Literatur für die teilnehmenden Jugendlichen selbst zum Ereignis werden: zu einer dynamischen Erfahrung außerhalb der Schule, die im Museumsraum vermittelt zugleich das Museum als Ort wie auch die Literaturwahrnehmung selbst verändert. Für dieses neuartige Modell, Jugendliche als Co-Kurator*innen einer Dauerausstellung zu berücksichtigen, konnte die Commerzbank-Stiftung als Förderin gewonnen werden.

Lernen von den Profis

Die Rahmenbedingungen sahen vor, dass interessierte Schüler*innen der 9. bis 11. Klasse sich einmal pro Woche für 90 Minuten unter der Leitung einer Projektkoordinatorin im Buddenbrookhaus treffen, um zu bestimmten Stationen und Themen der neuen Dauerausstellung Vermittlungsformate zu erarbeiten. Die erarbeiteten Elemente wurden in jährlichen Laborausstellungen präsentiert und sollen in die neue Dauerausstellung des Buddenbrookhauses Einzug halten. Als Partnerin für das Projekt fungierte die Grund- und Gemeinschaftsschule St. Jürgen in Lübeck, die *Literatur als Ereignis* als Pflichtprojekt anerkannte. Unterstützt wurden die Jugendlichen zudem von den Mitarbeiter*innen des Buddenbrookhauses selbst, die aus der Arbeit an der neuen Dauerausstellung die Themen für die einzelnen Projektjahre ableiteten und sich über so viel kreativen Input freuten. Auch mit den jeweils beauftragten Büros für Ausstellungsgestaltung, Programmierarbeiten und den Haustechnikern hatten die jungen Kurator*innen einen regen Austausch. Auf diese Weise konnten sie lernen, welche Aspekte bei der Planung und Umsetzung einer Ausstellung berücksichtigt werden müssen und wo deren Grenzen sind – so scheiterten manche Ideen trotz aller hohen Ziele bisweilen auch an pragmatischen Vorgaben, etwa am Budgetrahmen oder der technischen Machbarkeit.

Da viele Schüler*innen noch nie mit dem Werk der Schriftstellerfamilie Mann in Berührung gekommen waren, mussten zu Beginn des Projekts als erstes grundlegende Fragen geklärt werden: Wer ist Thomas Mann? Wer gehört zur Familie Mann? Und was ist das Buddenbrookhaus? Danach folgte eine Einführung in die grundsätzliche Ausstellungsplanung in Theorie und Praxis. Oftmals zeigte sich, dass die Jugendlichen recht konservative Vorstellungen von musealen Ausstellungen und Exponaten hatten und mit einem Literaturmuseum konventionelle Erwartungen verbanden, wie etwa die Inszenierung von Schreibtischen und Schreibwerkzeugen. Mittels Exkursionen zu anderen Museen und Ausstellungen sowie Kreativworkshops sollte der Blick der Jugendlichen geweitet und zugleich geschärft werden für Fragen nach interaktiven Vermittlungsformaten im Museum.

Jede einzelne Laborausstellung wurde umfassend evaluiert: Zum einen wurden die projektbeteiligten Jugendlichen befragt, zum anderen die Besucher*innen mittels Fragebogen und Gästebuch. Das Besucher*innenverhalten wurde außerdem durch teilnehmende Beobachtung erfasst und analysiert.

Erstes Projektjahr 2015/2016: Fremde Heimat. Flucht und Exil der Familie Mann

Mit einem feierlichen Auftakt inklusive Pressekonferenz und medienwirksamer »Hausbesetzung« startete das Projekt im September 2015 in die erste Runde. Die für die Familie Mann während des Nationalsozialismus allgegenwärtigen Themen Flucht und Exil waren im Jahr der Flüchtlingskrise sehr präsent, zumal sich an der Schule auch Mitschüler*innen aus Krisengebieten befanden, die eigene Erfahrungen beitragen oder zumindest befragt werden konnten. Da das Projekt stets die Verbindungen zwischen den historischen Erfahrungen der Manns und der Lebenswelt der jungen Kurator*innen heute suchte, wurde dieses Themenfeld, das auch in der künftigen Dauerausstellung eine zentrale Rolle spielen wird, als erstes bearbeitet. So entstand die Idee, *Kofferpacken* als interaktives Ausstellungselement zu entwickeln. In diesem Modul sollten Museumsbesucher*innen aus einigen vorgegebenen Gegenständen fünf auswählen, die sie in den dafür vor Ort vorgesehenen Koffer für eine Flucht platzieren würden. Wurden mehr Gegenstände als nötig ausgewählt, schnappte der Koffer zu. Jeder gewählte Gegenstand wurde über ein Tablet mit Blick auf die Flucht der Manns historisch kommentiert. Zudem sahen die Besucher*innen nach Abschluss des Packens in einer statistischen Auswertung, was für andere Nutzer*innen die wichtigsten Dinge waren.

Darüber hinaus entwickelten die Schüler*innen einen Einbürgerungstest mit Fragen aus ihrer Lebenswelt, eine Soundcollage, die die Stimmung aus dem faschistischen Italien in Anlehnung an Thomas Manns Erzählung *Mario der Zauberer* einfangen sollte, sowie ein Interview mit einem geflüchteten Mitschüler aus dem Irak.



Modul Kofferpacken mit
Teilnehmerinnen

Foto: Olaf Malzahn

Zweites Projektjahr 2016/2017: What a family!

Die Manns von 1945 bis heute

Im zweiten Projektjahr stand die Familie Mann und damit einhergehend das Thema Familie an sich im Vordergrund. Die Schüler*innen waren sich schnell einig, dass sie sich dem Sujet am besten über persönliche Fragen und Einfühlung in die einzelnen Personen annähern könnten. Entsprechend schrieben sie Hörspiele aus Sicht jedes Familienmitglieds und entwickelten einen Psychotest zur Frage: Mit welchem Mitglied der Familie Mann würdest du dich am liebsten treffen? Der Test erfreute sich großer Beliebtheit bei den Besucher*innen und führte bei vielen zur erneuten Beschäftigung mit der Person, die ihnen als Match ausgegeben wurde – auch der deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier probierte bei seinem Besuch im Buddenbrookhaus im Jahre 2018 den Test aus.

Drittes Projektjahr 2017/2018: Herzensheimat.

Das Lübeck von Heinrich und Thomas Mann

Um das Thema Heimat sollte es im dritten Projektjahr gehen, denn die neue Dauerausstellung im Lübecker Museum sollte selbstverständlich einen Schwerpunkt auf die Heimatstadt und ihre lebenslange Präsenz in den Werken der Manns richten. Die jugendlichen Teilnehmer*innen 2017/2018 fanden dafür viele digitale Lösungen. So erschufen sie für die Laborausstellung im Vorfeld nicht nur einen eigenen Hashtag für die Sozialen Netzwerke, sondern auch interaktive Räume, in denen auf Bildschirmen die Ergebnisse im Vorfeld auf Instagram gestellter Aufgaben wie »Fotografiere deinen Lieblingsort« gezeigt wurden. Doch auch das Lokalkolorit spielte eine Rolle, da die Ausstellungsbesucher*innen dazu aufgefordert waren, ein Lübeck-Quiz zu spielen, Lübeck auf alte und neue Weise zu entdecken oder auf einer Tafel niederzuschreiben, welcher Ort als die eigene Herzensheimat empfunden wird. Ein besonderer Anlaufpunkt in der Ausstellung war eine übergroße Lübeck-Karte, an der die Besucher*innen Nummern platzieren konnten. Jede gewählte Nummer hatte ein Gegenstück in einem analogen Archiv, bestehend aus Hängeregistern und Archivkarten, auf denen die Besucher*innen ihre Geschichten und Erlebnisse zu einem bestimmten Platz in Lübeck vermerkten. Auf diese Weise konnten nachfolgende Besucher*innen zum Beispiel das Holstentor als Schauplatz von Heiratsanträgen, ersten Dates und Kennenlernspielen von Lübecker Erstsemestern entdecken.

Viertes Projektjahr 2018/2019: Buddenbrooks unterwegs

Im letzten Projektjahr von *Literatur als Ereignis*, das zugleich auch das letzte Jahr war, in dem das Buddenbrookhaus als Literaturmuseum vor seinem großen Umbau der Öffentlichkeit zugänglich war, entschieden sich die Teilnehmer*innen für eine Wanderausstellung, die die Inhalte des Romans *Buddenbrooks* direkt in die Schulen bringen sollte. Auf einzelnen Säulen wurden das Museum, die Protagonist*innen des Romans und die zentralen Themen des Jahrhundertbestsellers vorgestellt; es gab aber auch die Möglichkeit, anhand eines Spiels die von den Buddenbrooks für ihr Familienunternehmen getroffenen Entscheidungen selbst und anders neu zu treffen. Zwischenzeitlich wurden die Ideen für die Wanderausstellung weiterent-

wickelt und auf der Homepage des Literaturmuseums als digitales Lernmaterial (insbesondere für Schulen) unter www.buddenbrookhaus.de/buddenbrooks-digital-unterwegs kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Überdies entwickelten die Schüler*innen eine App für einen literarischen Stadtpaziergang auf den Spuren der Buddenbrooks durch das reale Lübeck. Hier erzählen die Figuren des Romans selbst von ihrer Stadt und laden mit Quizfragen und Aktionen ein, die Lübecker Altstadt zu entdecken. Die Darstellung der Buddenbrookfiguren für die Wanderausstellung und die App wurde auf Wunsch der Jugendlichen im Stil der japanischen Manga-Comics entwickelt.

Fazit: Wir würden es wieder tun

Birte Lipinski, Leiterin des Buddenbrookhauses, freut sich, Elemente des Projekts *Literatur als Ereignis* in die künftige Dauerausstellung des neuen Buddenbrookhauses integrieren zu können. »Heinrich Mann schrieb einmal: ›Ohne Geburtsstätte kein Weltbürgertum«. Diese Formel bildet ein Leitmotiv der Ausstellung für das neue Buddenbrookhaus. Es geht um den Gang der Schriftstellerbrüder Heinrich und Thomas Mann (und später ihrer Familien) von Lübeck in die Welt, um ihre zunehmende Wirkung in erst nationalen, dann in transnationalen Diskursen und um ihre politische Haltung der Weltoffenheit. Besucher*innen werden im neuen Museum sehr konkret die historische Erfahrung der Manns mit Heimat und Geburtsstätte, mit Exil und Emanzipation, von Nationalität und Weltbürgertum mit ihrem eigenen Verständnis dieser Begriffe in Beziehung setzen können; sie werden mit Fragen von zeitgenössischen Werten und der aktuellen politischen Situation konfrontiert. Diese Brücke in die Gegenwart ist dem Projekt *Literatur als Ereignis. Die Manns und wir* zu verdanken, da die von den Schüler*innen erarbeiteten Ergebnisse sich durch eine besondere Gegenwartsorientierung und eine konsequente Miteinbeziehung der künftigen Besucher*innen auszeichnen«, so Lipinski. Dass die Zusammenarbeit dabei nicht immer reibungslos lief, sei klar. »Gemeinsames Kuratieren von Haupt- und Ehrenamtlichen, von Wissenschaftler*innen und Schüler*innen funktioniert nicht ohne größere Anstrengung, und es dauerte eine Zeit, bis die gegenseitigen Erwartungen zueinander passten. Gruppendynamische Prozesse spielten ebenso eine Rolle wie ganz pragmatische Fragen von Machbarkeit, Zeitbudget und Organisation.«

Trotzdem würden alle Projektteilnehmer*innen, die Jugendlichen ebenso wie das kuratorische Team, den Prozess jederzeit wieder beginnen. Die Arbeit miteinander habe bei den Mitarbeitenden des Buddenbrookhauses ebenso zu einer neuen Besucher*innenorientierung und einem dauerhaften Fokus auf Vermittlungsfragen geführt wie zu neuen Ansätzen und frischen Gedanken.

Koordinierend für das Projekt *Literatur als Ereignis* verantwortlich ist Caren Heuer vom Literaturmuseum Buddenbrookhaus.

Ein ausführlicher Projektbericht steht im Netz für alle Interessierten bereit: www.buddenbrookhaus.de/literatur-als-ereignis_2



Diana Wenninger M.A.
diana.wenninger@luebeck.de

Diana Wenninger ist zuständig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Verbund der LÜBECKER MUSEEN. Sie hat ihr Studium der Europäischen Ethnologie, Geschichte und Germanistik an der Universität Eichstätt absolviert.

Kennst du noch? Erzählcafé für Menschen mit Demenz

Ein Museum und eine soziale Einrichtung
schaffen gemeinsam einen Raum für Erinnerungen
in Frankfurt am Main

Ann-Katrin Adams/ Anne Gemeinhardt

Kennst du noch? heißt die Projektreihe für Menschen mit Demenz, die das Historische Museum Frankfurt (HMF) und das Bürgerinstitut e.V., eine der ältesten privaten sozialen Einrichtungen Frankfurts, seit 2018 gemeinsam durchführen und weiterentwickeln. Dabei steht nicht nur die Erinnerung der Teilnehmenden in einem Museum als Ort der Stadtgeschichte und der Geschichte(n) der Bewohner*innen im Mittelpunkt. Es geht auch um die Frage, inwiefern Museen Orte wertschätzender Begegnung sein können.

Pilotprojekt und Ausstellung

Montagnachmittag gegen viertel nach zwei. Eine kleine Gruppe älterer Menschen findet sich nach und nach vor dem Historischen Museum Frankfurt ein. Einige



Das Historische Museum
Frankfurt

© HMF/ Stefanie Kösling

werden von ihren Partner*innen gebracht, andere kommen selbständig von der U-Bahn-Station oder mit dem Taxi an. Die Männer und Frauen kennen sich zum Teil – oder vielmehr: Sie erkennen sich wieder. Die Begrüßungen sind herzlich, wir plaudern noch ein Weilchen im hochsommerlichen Wetter, warten bis alle angekommen sind. Durch den Eingang für Mitarbeitende gehen wir gemeinsam in das für den Publikumsverkehr geschlossene Museum, vorher setzen wir die Mund-Nasen-Bedeckungen auf und desinfizieren die Hände am neben der Tür bereitstehenden Spender.

Kennst du noch? heißt das Angebot für Menschen mit Demenz, das vom Historischen Museum Frankfurt und dem Bürgerinstitut e.V. gemeinsam entwickelt worden ist. Die fünf Teilnehmenden zwischen 60 und 80 Jahren leben alle mit einer Demenz im frühen bis mittleren Stadium. Einmal in der Woche trifft sich der Kreis zum Erzählen und Erinnern zu unterschiedlichen Themen: Unterhaltung, Sport, Haushalt, Spielzeug, Urlaub, Frankfurt und vieles mehr – angeregt durch passend arrangierte Alltagsobjekte aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Das Projekt wurde 2018 im Zusammenhang mit der Sonderausstellung *Vergessen. Warum wir nicht alles erinnern* (März bis Juli 2019) im Historischen Museum Frankfurt angestoßen. Die Kurator*innen initiierten und entwickelten zusammen mit dem Bürgerinstitut e.V. das Pilotprojekt, das über 14 Wochen gemeinsam durchgeführt wurde. Das Reminiszenz-Projekt fand so Eingang in die Ausstellung, die vielfältige Perspektiven auf das Vergessen aus Sicht von Sozialwissenschaft, Kulturgeschichte, Neurowissenschaft, Psychoanalyse und Kunst eröffnete.

Personenzentrierter Ansatz

Während des Pilotprojekts wurde deutlich, welches Potenzial in der Kooperation zwischen dem Historischen Museum und dem Bürgerinstitut e.V. steckt: Das Bürger-



Erzählcafé mit arrangierten Gegenständen

© HMF/ Jasmin Alley

institut verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung mit Angeboten für Menschen mit Demenz und deren Angehörige. Das Programm reicht von individueller Beratung über Gruppenangebote wie Gesprächskreis und Bewegungsgruppe bis zu Vorträgen und Schulungen. Im Zentrum steht dabei der personenzentrierte Ansatz, den der britische Psychologe Tom Kitwood,¹ basierend auf der klientenzentrierten Psychotherapie von Carl Rogers, als Bezugsrahmen für den wertschätzenden, empathischen Umgang mit Menschen mit Demenz entwickelt hat. Grundpfeiler sind der Erhalt und die Förderung des Person-Seins, es steht also nicht die Erkrankung, sondern der Mensch mit seinen Werten, Erfahrungen, Vorlieben etc. im Mittelpunkt. Nach Kitwood kann das Wohlbefinden eines Menschen erhöht werden, indem man das dem Menschen Eigene, abseits der rein kognitiven Dimension des Person-Seins adressiert. Individualität erhalten, empathisch sein und Zugehörigkeit vermitteln, werden gerade vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Demenz immer wichtiger. Die Erhaltung der eigenständigen Persönlichkeit ist für die Betroffenen besonders relevant.

Museum für alle

Das Historische Museum Frankfurt ist als Ort der materiellen Überlieferung per definitionem ein Erinnerungsspeicher, es ist ein Ort der Geschichte der Stadt Frankfurt, in dem die Geschichte(n) ihrer Bewohner*innen im Laufe der Jahrhunderte gesammelt und ausgestellt wird. Das Museum bietet damit also zahllose Anknüpfungspunkte für kollektive und individuelle Erinnerungen. Aber ist das Museum auch ein Ort der wertschätzenden Begegnung? Das HMF hat sich in den letzten Jahren auf den Weg gemacht, ein inklusives Museum zu werden. Das Museumsteam hat sich zum Ziel gesetzt, mit seiner Ausstellungsgestaltung, seinem Programm, seinen Vermittlungsangeboten und seinen Sammlungsaktivitäten alle Bevölkerungsgruppen anzusprechen und abzubilden sowie allen Besucher*innen die aktive Teilhabe am Museum zu ermöglichen. Im Zuge der Konzeption der neuen Dauerausstellung (eröffnet im Oktober 2017) mit ihren Hands On-Stationen und Vermittlungsangeboten, ist ein großes Netzwerk von Menschen mit einer Einschränkung sowie zu deren Vertreter*innen und Verbänden entstanden, für die das Historische Museum ein relevanter Ort, ein Ort wertschätzender Begegnung geworden ist.

Erzählcafés – pandemietauglich

An diesem Montagnachmittag sind wir trotzdem gespannt. Wochenlang haben wir die Wiederaufnahme der Erzählcafés immer wieder verschoben. Geplant war der Start im März 2020, mitten in jenem Frühling also, der uns noch lange durch die erste Welle der Corona-Pandemie in Erinnerung bleiben wird – inzwischen ist es Juli. Oft ist nach den Wochen des ersten Lockdowns die Rede gewesen von der Einsamkeit älterer Menschen und wie besonders hart die Folgen sozialer Distanz gerade für Menschen mit Demenz spürbar wurden. Über die Möglichkeiten, wie wir unser gemeinsam entwickeltes Konzept pandemietauglich machen und den Gesprächskreis möglichst schnell wiederaufnehmen könnten, haben wir uns daher im engen Austausch beraten. Wie kann man das Hygienekonzept einhalten, gleich-

zeitig aber den Bedürfnissen der Teilnehmenden nach Kontakt und einem vertrauten Rahmen gerecht werden, eine anregende Atmosphäre schaffen und – trotz der Abstandsregeln – den Eigenwert und das erinnerungsstimulierende Potenzial der Objekte erhalten und sich entfalten lassen?

Vor Beginn der Corona-Pandemie traf sich der Gesprächskreis im Jungen Museum, das zum Historischen Museum gehört. Die historischen Spielräume wie die Urgroßeltern-Küche, der sogenannte Kolonialwarenladen oder die mit Kräutern, Tees und Gewürzen voll ausgestattete historische Drogerie bieten ein räumliches Erlebnis, das stets bei den Besucher*innen das Erinnern mit allen Sinnen anregt. Nach dem strengen Hygienekonzept ist die Veranstaltung in diesen Bereichen aber nicht mehr durchführbar – zu eng und nicht ausreichend belüftet. Darüber hinaus können wir die vom Museum eigens für das Angebot angelegte Sammlung von Alltagsgegenständen aus den 1950er bis 70er Jahren nicht mehr – wie noch im Jahr zuvor – von Hand zu Hand wandern und die Teilnehmenden selbst fühlen, schauen, riechen und ausprobieren lassen. Dabei sehen die Veranstalter*innen gerade in diesem multisensorischen Erleben das große Potenzial.

Wird das Erzählcafé auch in einem anderen räumlichen Rahmen funktionieren? In einem nüchternen, wenig atmosphärischen Meeting-Raum haben wir die themenspezifisch zusammengestellten Objekte an den Wänden und auf einem Tisch in der Mitte des Raums gut sichtbar (aber nicht greifbar) positioniert. Zusätzlich nutzen wir den im Raum vorhandenen riesigen Flachbildschirm und eine mobile Lautsprecherbox. So soll, je nach Thema, mithilfe von alten Fotos, Werbefilmen oder auch Musikstücken, ein Zugang zu den eigenen Erinnerungen gefördert und der Austausch untereinander angeregt werden.

Heute geht es um Politiker*innen, bedeutende Persönlichkeiten, um Menschen von Welt. Hut und Aktentasche, Aschenbecher und Pfeife, Cognacgläser und vieles mehr sind in der Raummitte arrangiert. »Damals wurde ja auch wirklich überall geraucht... überall Aschenbecher, auch in den Besprechungsräumen, sogar im Flugzeug!«

Auf dem Bildschirm sind Fotos von Willy Brandt, Helmut Schmidt, Helmut Kohl und vom Bonner Kanzlerbungalow und dem Kanzleramt zu sehen. In der Folge kommt das Gespräch auf ikonische Momente der Politik, wie den Kniefall von Warschau oder das »Wunder vom Kaukasus« – die Verhandlungen des damaligen Bundeskanzlers Helmut Kohl mit dem sowjetischen Präsidenten Michail Gorbatschow, die der Wiedervereinigung Deutschlands den Weg ebneten –, was lebendige Erinnerungen auslöst. Und beim Anblick von Helmut Schmidts Dienstzimmer im Bonner Kanzleramt weht nun wirklich ein wenig die Atmosphäre der Bonner Republik durch den Raum.

Bei einem kurzen Video-Ausschnitt einer *Tagesschau*-Sendung aus den 1980er Jahren erzählt eine Teilnehmerin Ende Sechzig: »Mein Vater hat immer *Der Internationale Frühschoppen* geschaut, das war ein fester Termin und den hat er auch nie ausfallen lassen. Mich hat überhaupt nicht interessiert, was da gesprochen wurde, aber ich habe trotzdem immer mitgeschaut, Hauptsache Fernsehen. So begehrt war das Fernsehschauen damals.«

Auf die Frage, wer denn der/ die beste Bundeskanzler*in war, ist man sich in der Gruppe nicht ganz einig. »Willy Brandt« sagen einige. »Angela Merkel, weil sie es den Männern gezeigt hat. Wir bräuchten mehr davon«, sagt ein Teilnehmer.

Erzählcafé mit arrangierten Gegenständen
© HMF/ Jasmin Alley



Raum für Unvorhergesehenes

Die Themen der Sitzungen ergeben sich häufig nach und nach aus den Gesprächen in den Erzählcafés und dem wachsenden biografischen Wissen über die Teilnehmenden. Auch vermeintlich schwierige Themen wie z.B. das Aufwachsen in den Trümmern der Nachkriegszeit, Fluchterfahrungen und der Verlust von Angehörigen bekommen in den Runden ihren Raum. Das Geschehen in der Gruppe entfaltet eine ganz eigene Dynamik, bei der es sich als entscheidend herausgestellt hat, dass es keine festen Erwartungen an die entstehenden Gespräche gibt: Häufig sind es unerwartete Objekte oder Fotos, die Erinnerungen aktivieren, während die vermeintlichen »Kracher« mitunter weniger Resonanz bei den Teilnehmenden erzeugen als erwartet. Gerade in diesem Unvorhersehbaren entstehen Situationen, die am stärksten berühren.

Bei Kaffee und Kuchen (das kulinarische Angebot richtet sich dabei häufig ebenfalls nach den Themen) ist im Erzählcafé auch Raum, um sich vertrauensvoll über alles Mögliche auszutauschen, von den aktuellen Corona-Zahlen bis hin zum Umgang mit den eigenen demenzbedingten Einschränkungen.

Wie häufig bei der Vermittlung im Museum ist weniger oft mehr: Entscheidend für den Verlauf des Gesprächskreises ist nicht die Anzahl der vorbereiteten Gegenstände, die möglichst jeden denkbaren Aspekt des Themas abbilden sollen. Viel Zeit muss eingeplant werden für das Ankommen, Umschauen, Sich-Positionieren im Raum wie auch für den Abschied am Ende des Erzählcafés. Veranstaltungen auf dem Frankfurter Römer, die den Blick auf das Museum ganz anders erscheinen lassen, ein Taxifahrer, der dieses Mal ganz woanders angehalten hat, nicht mehr zu wissen, ob man abgeholt wird... – diese unvorhergesehenen Situationen brauchen ihre Zeit. Sensibilität für die Stimmungen einzelner und in der Gruppe und

die Fähigkeit, flexibel reagieren zu können, sind hier häufig eher gefragt als der historische Sachverstand und ein festes inhaltliches Konzept.

Am Ende unseres Erzählcafés im Juli haben wir vor allem eins vergessen: die Zeit. Beim Blick auf die Uhr stellen wir plötzlich fest, dass es schon längst Zeit für die Verabschiedung ist. Entgegen unserer Befürchtungen haben wir alle die in den ersten Minuten unseres Zusammentreffens so dominanten Sorgen um den Infektionsschutz abgestreift und sind tief in die mit den gezeigten Gegenständen assoziierten Geschichten eingestiegen. Während sich die Teilnehmenden dankend verabschieden, wird umso deutlicher, wie sehr ihnen allen das Erzählcafé gefehlt hat und die allseitige Freude auf das Wiedersehen in der kommenden Woche ist spürbar.

Museen als Orte wertschätzender Begegnung

Museen können Orte wertschätzender Begegnungen für Menschen mit Demenz sein – gerade Kunst- und Freilichtmuseen haben dies in jüngster Vergangenheit mit ihren Angeboten vorgemacht. Es gilt inzwischen als erwiesen, dass die Teilnahme an Reminiszenz-Veranstaltungen in Museen einen positiven Effekt auf die betroffenen Menschen selbst, aber auch auf ihre Angehörigen oder Pfleger*innen ausübt. Mögliche Begleiterscheinungen einer demenziellen Erkrankung wie Zurückgezogenheit, Isolation und depressive Stimmung, können damit zumindest temporär gelindert werden. Neben der aktivierenden Wirkung, die das Reminiszenz-Projekt auf Menschen mit Demenz und dadurch auch auf ihre Angehörigen und Pflegenden hat, findet auch eine Wirkung auf die Institution Museum statt: Ein diverseres Publikum und Museumsteam, Schulungen und Begegnungen lassen eine Grundhaltung entstehen, die für den Weg zu einem inklusiven Museum entscheidend ist. Dank der Förderung durch die Commerzbank Stiftung sowie die in Frankfurt ansässige Familie Schambach-Stiftung kann das Projekt *Kennst du noch?* bis 2022 weitergeführt und weiterentwickelt werden. Neben den Erzählcafés haben das Historische Museum und das Bürgerinstitut e.V. gemeinsam Erinnerungskoffer bestückt, die zusammen mit Schulungsmaterial in Pflegeeinrichtungen eingesetzt werden sollen. Darüber hinaus wird ein digitales Angebot erarbeitet.

Weitere Informationen:

www.historisches-museum-frankfurt.de/barrierefrei/kennst_du_noch

www.buergerinstitut.de/kennstdunoch/



Ann-Katrin Adams
adams@buergerinstitut.de

Ann-Katrin Adams leitet den Tätigkeitsbereich Demenz im Bürgerinstitut e.V. Sie studierte u.a. Kunstgeschichte und Alternde Gesellschaften und promoviert zurzeit zum Thema Museumsangebote für Menschen mit Demenz an der Goethe-Universität Frankfurt.



Anne Gemeinhardt
anne.gemeinhardt@stadt-frankfurt.de

Anne Gemeinhardt ist seit 2013 Kuratorin für Bildung und Vermittlung am Historischen Museum Frankfurt und betreut dort u.a. das Projekt Inklusives Museum. Sie ist Historikerin und war für verschiedene Museen und Gedenkstätten im Bereich der historisch-politischen Bildung tätig.

1 Kitwood, Tom: *Demenz: Der person-zentrierte Ansatz im Umgang mit verwirrten Menschen*. Bern, 8., erg. Aufl. 2019.

Hemmschwellen, Meinungen und Perspektiven bei Nicht-Besucher*innen

Erste Ergebnisse einer selbstkritischen Betrachtung im Historischen Museum Saar

Justin Klein/ Simon Matzerath

Dieser Beitrag soll dazu motivieren, eigene Nicht-Besucherevaluierungen auch bei geringem Budget anzugehen. Darüber hinaus soll deutlich werden, dass der Prozess einer selbstkritischen Hinterfragung des eigenen Profils und Angebots sowie einer Analyse der Wahrnehmung oder sogar Ablehnung des eigenen Museums durch die vielfältige Gruppe der Nicht-Besucher*innen eine Daueraufgabe darstellt. Somit ist auch die hier vorgestellte Nicht-Besucher*innen-Befragung zum Historischen Museum Saar nur ein Schritt vor dem nächsten.

Nachdem bis 2016 durchschnittlich knapp 25 000 Menschen das Historische Museum Saar besucht haben, stiegen die Anzahl der Besucher*innen sowie die Kasseneinnahmen bis Ende 2019 (vor der Corona-Pandemie) durch ein ansprechendes Ausstellungsprogramm, vermehrte Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und zusätzliche Veranstaltungen um über 50 Prozent. Trotz dieser erfreulichen Entwicklung wurde durch einzelne Gespräche und Befragungen regelmäßig deutlich: Ein größerer Teil der Bevölkerung der Stadt Saarbrücken und aus dem ganzen Saarland kennt weiterhin dieses 2 700 qm große Museum für die Landesgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts nicht. Und dies, obwohl das Museum vergleichsweise stark von Touristen aufgesucht wird. Die insgesamt sehr guten Bewertungen bei Google (4,6), Facebook (4,5) und Tripadvisor (»sehr gut«) sowie die positiven Resonanzen in Gästebüchern haben zu der These geführt, dass Besucher*innen das Museum prinzipiell weiterempfehlen würden und andererseits möglicherweise viele Nicht-Besucher*innen



© Historisches Museum Saar/
Justin Klein

an einem Besuch interessiert sind. Um von einer gefühlten Einschätzung zu einer statistisch belastbaren Aussage zu kommen, entschied sich das Museum 2019 zur Durchführung einer Nicht-Besucher*innen-Analyse. In Anbetracht eines stark schwankenden Etats für Öffentlichkeitsarbeit wurde dabei versucht, eine möglichst effektive, Zeit und Geld sparende Herangehensweise zu wählen. Justin Klein wurde mit der Konzeption und Realisierung des Projekts beauftragt, die Finanzierung einer Honorarvereinbarung wurde über den Förderverein für das Historische Museum Saar unterstützt. Als Ausgangspunkt für die Erstellung einer Befragung dienten Beispiele aus der Literatur.

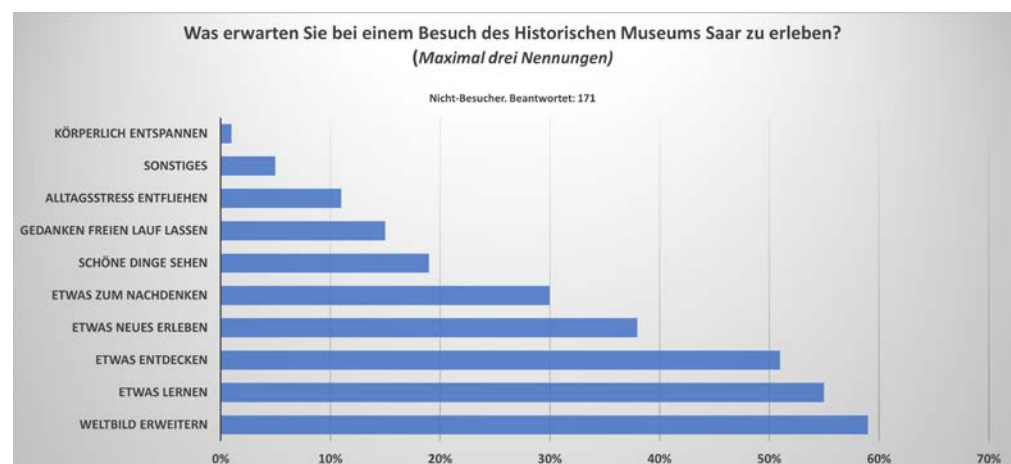
Ausgangslage

Um sich der Gruppe der Nicht-Besucher*innen zu nähern, galt es, zunächst die Ausgangslage im Historischen Museum Saar zu verstehen: Welche Parameter in der Interaktion zwischen Museum und Nicht-Besucher*innen existieren bzw. können als solche identifiziert werden? Im Ergebnis wurden drei Parameter in den Vordergrund gestellt:

1. Die Marketingstrategie bzw. Öffentlichkeitsarbeit: Welche Formen der Kommunikation wählt das Museum nach außen?
2. Die Zielgruppenansprache: Welche Personengruppen möchte das Museum konkret erreichen?
3. Das Profil: Welches Selbstbild hat das Museum und mit welcher Identität möchte es von außen wahrgenommen werden?

Es wurde deutlich, dass für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit keine mittel- und langfristigen Strategien formuliert wurden. Werbemaßnahmen unterlagen in den letzten Jahren einer hohen Flexibilität in Erscheinungsformen, Botschaft und Frequenz. Wenig konkret stellte sich auch die Beschreibung der Zielgruppen durch das Museum dar. Verfolgt wurde ein breiter und inklusiver Ansatz, bei dem alle sozialen Schichten und Altersgruppen berücksichtigt werden sollten, Menschen mit und ohne Bezug zu Geschichte und Museen.

In einem Workshop mit Mitarbeiter*innen des Museums stellte sich heraus, dass das Profil bzw. das Selbstbild des Museums im Detail sehr individuell interpretiert wird. Neben einem allgemeinen Konsens zu den Aufgaben und Themen des Museums wurden die Philosophie und Vision dahinter noch nicht transparent fixiert.





Nicht-Besucher*innen-Analysen in der Literatur

Nicht-Besucher*innen können definiert werden als Personen, die über sechs bis zwölf Monate nicht an öffentlichen kulturellen Aktivitäten teilgenommen haben.¹ Diese Gruppe lässt sich weiter in interessierte Nicht-Besucher*innen und nicht interessierte Nicht-Besucher*innen unterteilen.² Kay, Wong und Polonsky identifizierten folgende Faktoren, die gegen einen Museumsbesuch sprechen können: physischer Zugang, persönlicher Zugang, Kosten, Zeit und Timing, Produkt, persönliches Interesse und Peergroup, Sozialisation und Verständnis sowie Information.³ Für Tröndle sind dabei die Faktoren Kosten und Zeit nicht entscheidend.⁴ Gemäß seiner Erhebungen verfügen Nicht-Besucher*innen letztlich über mehr freie Zeit als die Gruppe der Besucher*innen. Ein relevanterer Faktor ist für Tröndle hingegen »Nähe«: Kunst und Kultur begreift er als Themen, die ein persönliches Umfeld erfordern, um gemeinsam besprochen und erlebt werden zu können. Erfahren Menschen diese »Nähe« durch Bildung, Eltern, Freunde oder Selbstverwirklichung, so steigt die Tendenz, kulturelle Institutionen zu besuchen. Ebenfalls sehen Van Steen und Lievens die häufige Angabe Zeitmangel für einen Nicht-Besuch vor allem als Ausrede.⁵ Sie erkennen eine Hauptursache in fehlender Motivation und einem zu geringen Interesse. Insgesamt bleiben wichtige Faktoren bei Nicht-Besucher*innen die fehlenden Informationen über das Museum und seine Angebote sowie praktische Einschränkungen bei der Anreise, soziale Aspekte, kein Umfeld für die Teilhabe an einem Museumsbesuch und letztlich Unsicherheit (mangelndes Wohlfühlen) in der Umgebung eines Kulturbetriebs. Da es möglicherweise Unterschiede in den Motivationen zwischen Besucher*innen und Nicht-Besucher*innen gibt, gilt es, dies ebenfalls zu berücksichtigen.⁶

Datengrundlage

Für die Beantwortung des aus 32 Positionen bestehenden Fragebogens wurden ca. 13 Minuten benötigt. Die Fragen richteten sich nach allgemeinen Wünschen der Freizeitgestaltung, Gründen und Barrieren für Nichtbesuche, Erwartungen an und Perspektiven auf das Museum, Sichtbarkeit, Kenntnis, Nutzung und Wertschätzung



der Angebote des Museums sowie Präferenzen bezüglich Themen und Informationsangeboten in Ausstellungen.

Der Fragebogen wurde über den Online-Service von SurveyMonkey zur Verfügung gestellt und zwischen Februar 2020 und Mai 2020 über die Kanäle des Museums sowie die Informationssysteme für Mitarbeiter*innen der Stadt Saarbrücken, des Regionalverbands Saarbrücken, den Newsletter des Kreativnetzwerkes PopRat Saarland e.V., über die Social-Media-Kanäle der Tourismus Zentrale Saarland, des Regionalverbands Saarbrücken und des Saarländischen Museumsverbands sowie über Pressemitteilungen verteilt. Ausgefüllt wurden 471 Fragebögen, wobei 225 Personen angaben, das Museum in den letzten zwei Jahren nicht besucht zu haben: Im Folgenden wird also der Begriff der Nicht-Besucher*innen lediglich für Personen verwendet, die im entsprechenden Zeitraum vor der Befragung das Historische Museum Saar nicht besucht hatten.

Ausgewählte Ergebnisse

Die Gruppe der 225 Nicht-Besucher*innen des Historischen Museums Saar scheint ein neutrales bzw. unklares Bild vom Profil und den Angeboten des Museums zu haben. Auf die offene Frage (ohne Antwortvorgaben), woran sie denken, wenn sie den Namen des Museums hören, antworten 54 Prozent allgemein mit »Geschichte« oder »Geschichte des Saarlands«. 24 Prozent verweisen lediglich auf den Standort des Museums am Schlossplatz in Saarbrücken. Nur 13 Prozent äußern weitere Informationen zu den Ausstellungen oder inhaltlichen Schwerpunkten des Museums. Im Gegensatz hierzu geben 35 Prozent der Nicht-Besucher*innen als Grund für einen Nicht-Besuch klar an, »keine Ahnung« davon zu haben, »was es zu sehen gibt«. 23 Prozent definieren mangelndes Interesse oder keinen Bezug zu den Themen als Gründe, weitere 11 Prozent eine fehlende Motivation für einen Besuch durch Freunde und Bekannte. Bei 14 Prozent wird Zeitmangel als Hemmnis genannt.

Auf die offene Frage, was die Befragten verändern würden, wenn sie in der Rolle der Museumsleitung wären, nennen die meisten (34 Prozent) eine Verbesserung der Sichtbarkeit und Wahrnehmung des Museums. Entsprechend haben Nicht-Besucher*innen auch keine nähere Einschätzung zu Atmosphäre, Emotion und zum Erleben im Historischen Museum Saar. 58–70 Prozent der Befragten

Personen bewerteten das Historische Museum Saar bei der gefragten Einschätzung zu den Eigenschaften »faszinierend«, »modern«, »einzigartig«, »sympathisch«, »innovativ«, »entspannt«, »kundenorientiert« und »familienfreundlich« neutral. Nicht-Besucher*innen erwarten von einem Besuch des Museums, zu lernen, zu entdecken und generell eine Erweiterung ihres Weltbilds. Bezeichnenderweise wurden etwa »körperliche Entspannung« und ein »Ausgleich zum Alltagsstress« als Faktoren bei einem Museumsbesuch kaum genannt. Dabei wurde aber von Nicht-Besucher*innen hinsichtlich ihrer Freizeitgestaltung »Entspannung« als zentrales Anliegen vermerkt, noch vor »etwas lernen« sowie »sich wohlfühlen« und »Spaß haben«. Im Gegensatz hierzu war in der Gruppe der Besucher*innen »etwas lernen« die häufigste Antwort auf diese Frage.

28 Prozent der Nicht-Besucher*innen haben im letzten Jahr weder Werbung, Nachrichten noch sonstige Informationen zum Museum wahrgenommen. Dementsprechend wurde die Sichtbarkeit des Museums bei der Frage zur externen Kommunikation am schlechtesten bewertet.

In Anbetracht dessen scheint es überraschend, dass immerhin 70 Prozent der Nicht-Besucher*innen einen Museumsbesuch als gut für die persönliche Entwicklung ansehen und 62 Prozent sogar schon einmal einen Besuch des Historischen Museums Saar in Erwägung gezogen haben.

Fazit

Die in der Literatur genannten Faktoren für einen ausbleibenden Besuch von kulturellen Tätigkeiten scheinen sich für das Historische Museum Saar zu bestätigen, wobei mangelnde oder keine Informationen über das Museum ein wesentliches Argument für einen Nicht-Besuch darstellen. Hier zeigt sich unter anderem ein Potenzial für die Aktivierung von Nicht-Besucher*innen durch eine deutlich stärkere Außenkommunikation (Stichwörter Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Marketing), zumal der Besuch des Museums generell als Mehrwert eingeschätzt wird und ein grundlegendes Interesse an diesem Geschichtsmuseum gegeben scheint. Deutlich wird aber auch, dass selbst wenn die Außenkommunikation des Museums weiter gesteigert werden könnte, eine Notwendigkeit besteht, Nicht-Besucher*innen ein klares Profil des Museums zu vermitteln: Wofür steht das Museum inhaltlich, welches Angebot besteht (auch mit der Dauerausstellung), was gibt es zu erleben, wie ist die Mentalität vor Ort und im Umgang mit Besucher*innen und welche Vision verfolgt das Museum? Für das Historische Museum Saar ergibt sich somit die Aufgabe, im nächsten Schritt eine Strategie seiner Außendarstellung zu diesen Aspekten zu entwickeln, konkret mit dem Ziel, dadurch vor allem Nicht-Besucher*innen anzusprechen und eben nicht nur die Gruppe der Besucher*innen zu informieren. Das Potenzial scheint gegeben, um auf diesem Weg eine Zielgruppe geschichtsinteressierter Nicht-Besucher*innen zu aktivieren. Konkret ließe sich darüber hinaus auf einzelne weitere der genannten Hemmnisse reagieren. Insbesondere dem Punkt »Zeitmangel« könnte das Museum eventuell mit einzelnen Abendöffnungen begegnen, um weitere Zugangsmöglichkeiten zu schaffen. Dem Wunsch nach einer Aktivierung von Personen aus dem eigenen Umfeld für Museumsbesuche könnte wiederum durch außergewöhnliche Veranstaltungsformate begegnet werden, um jenseits der Thematik Geschichte weitere Besuchsansätze zu schaffen. Inwieweit

auch der Aspekt »Entspannung« als Teil einer Freizeitaktivität im Rahmen und zum Zwecke der Wissensvermittlung innerhalb des Museums realisiert werden kann, um damit Nicht-Besucher*innen gerecht werden zu können, wird im Museumsteam aktuell weiter diskutiert.

Eine weitergehende Befragung von Nicht-Besucher*innen würde in Zukunft die Möglichkeit eröffnen, Ausstellungsschwerpunkte und Angebote zu evaluieren. Die Auseinandersetzung mit den ersten Ergebnissen dieser Nicht-Besucher*innen-Befragung hat Themen in den Vordergrund gerückt, in welche in den internen Abläufen bislang wenig Zeit investiert wurde. Mit vergleichsweise geringem Aufwand konnte letztlich ein Prozess der Selbstreflexion und Strategieentwicklung angestoßen werden, der in Zukunft größere Effekte bei Nicht-Besucher*innen ermöglichen könnte.



Justin Klein M.Sc.
jklein@xs4all.nl

Justin Klein studierte Soziologie an der Erasmus-Universität in Rotterdam. Nach seinem Abschluss arbeitete er bei Het Nieuwe Instituut, einer internationalen Institution für Architektur, Design und digitale Kultur. Dort war er in den Bereichen Community Management, Marketing und Besucherforschung tätig.

Simon Matzerath M.A.
s.matzerath@hismus.de

Der Archäologe und Historiker Simon Matzerath ist seit 2016 Direktor des Historischen Museums Saar in Saarbrücken. 2016-2019 war er Projektleiter für die Gründung des Museums für Steinzeit und Gegenwart in Landau an der Isar (Niederbayern). Frühere berufliche Stationen waren u.a. das Museum Zitadelle Jülich, das LVR-LandesMuseum Bonn und das Lippische Landesmuseum Detmold.



- 1 Van Steen, Astrid & Lievens, John: *The Blind Spot in Studies on Cultural Consumption: Focus on the Non-attender*. In: Conference Proceedings of the 10th International Conference on Arts & Cultural Management, 2009, S. 1-14.
- 2 Van den Broek, Andries: *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. Den Haag 2013.
- 3 Kay, Pandora L.; Wong, Emma & Polonsky, Michael Jay: *Marketing cultural attractions: Understanding non-attendance and visitation barriers*. In: Marketing Intelligence and Planning, 27, 6/2009, S. 833-854.
- 4 Vgl. Tröndle, Martin (Hg.): *Nicht-Besucherforschung. Audience Development für Kultureinrichtungen*. Wiesbaden 2019.
- 5 Siehe Anm. 1.
- 6 Van Eijck, Koen & Boele, Evert Bisschop: *Van de canon en de mug: een inventarisatie van inzichten rondom de culturele niet bezoeker*. In: Van Engelshoven, Ingrid: Brief voortgang »Cultuur in een open samenleving«. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 2018.

Museums-Apps in Deutschland

Wo stehen wir?

Lorenz Kampschulte/ Andrea Geipel

Apps sind heute ein Must-have für die meisten Museen. Dennoch gibt es kaum Daten, wie viele und welche Museen in Deutschland Apps anbieten und welche Funktion die Apps übernehmen. In einer App-Studie¹ widmen sich Annette Noschka-Roos und Lorenz Kampschulte diesen Fragen und entwickeln anhand mehrerer Interviews ein Zukunftsbild dieser digitalen Angebote im Museum. Der ursprünglich vor der Corona-Pandemie gezeichnete Ausblick wird im vorliegenden Beitrag aktualisiert und um den Einfluss der Pandemie ergänzt.

Einleitung

Apps übernehmen heute eine Vielfalt von Funktionen. Betrachtet man allerdings den Einsatz von Apps im Kontext von Museen, zeigt sich schnell, dass sie primär als Tool dienen, um digitale Medien bzw. digitale Kommunikation vor Ort im Museum zu ermöglichen. Fast immer sind sie ein (weiterer) Baustein in einer Vielfalt von analogen und digitalen Vermittlungsangeboten, zunehmend aber auch Teil einer digitalen Strategie. In Pandemie-Zeiten ergeben sich neue Einflüsse auf die Apps und ihre Nutzung: Wenn die Museen unter Pandemie-Bedingungen geöffnet sind, ist personale Vermittlung aktuell oft nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich – da können Apps als digitale Wegbegleiter ihre Funktion voll ausspielen. Sind die Museen allerdings geschlossen, so sind durch die meist ausstellungsbegleitende Konzeption nur sehr wenige der Museums-Apps sinnvoll nutzbar – hier gewinnen andere Angebote der digitalen Kommunikation an Gewicht, wie der zweite Teil des Beitrags zeigen wird.

Die vorliegende App-Studie analysiert Museums-Apps in ihrer Funktion als ausstellungsbegleitendes Vermittlungstool. Daher stehen Fragen wie »Wer setzt Apps ein?« »Welche Einsatzszenarien und Formate gibt es?« »Wie sind die Apps konzipiert?« im Mittelpunkt sowie darüber hinaus die Frage, welche Rolle Apps als Bausteine einer digitalen Vermittlungsstrategie spielen.

Apps und die damit verbundenen Möglichkeiten haben sich in den letzten Jahren rasant entwickelt: In Deutschland gibt es rund 58 Millionen Smartphone-Nutzer*innen; in der Altersgruppe bis 50 Jahre besitzen über 90 Prozent ein Smartphone, und selbst bei den über 70-Jährigen beläuft sich der Anteil von Smartphone-Nutzer*innen auf fast 45 Prozent.² Durch die Ubiquität von leistungsfähigen Smartphones und deren intensiver Nutzung ergeben sich auch neue Möglichkeiten für Museen.

Augenscheinlich sind Apps heute ein Must-have für die meisten Museen – kaum ein größeres Museum kommt ohne eigene App aus –, sei es als eigene (native) App, als Web-App, als Teil einer Plattform oder, auch das zeigt sich in den Daten, als Teil einer kommunalen Stadt-/ Landkreis-App. Die Entwicklung einer App und ihrer Inhalte ist aufwendig und teuer, die Nutzer*innenzahlen hingegen selten befriedigend.³

Apps übernehmen an der Schnittstelle zwischen analoger Ausstellung und digitalem mobilen Medium viele Funktionen: Sie können zum Besuch einer Ausstellung einladen und als Vorbereitung motivierend sein. Sie bieten für den Ausstellungsbesuch in vielfacher Hinsicht attraktive Erschließungspotenziale. Und sie können nach dem Besuch als Erinnerung oder im Austausch im Bekanntenkreis als Anschauungshilfe fungieren.

Doch insgesamt gibt es wenig systematische Daten zur Verbreitung von Apps in Museen. Ausgehend von den Daten der Statistischen Gesamterhebung 2017⁴ des Instituts für Museumsforschung (IfM) versucht die Studie,⁵ das Angebot an Apps in deutschen Museen spezifischer zu beleuchten und einen qualitativen Überblick über die Vielfalt der App-Angebote zu geben: Zum einen hinsichtlich der Verbreitung, zum anderen mit Blick auf die eingesetzten digitalen (Vermittlungs-)Formate. Um die systematisch erhobenen Daten weiter zu qualifizieren und parallel einen Blick in die Zukunft zu entwickeln, wurden für den zweiten Teil der Studie neun Interviews mit Expert*innen aus dem Feld geführt und exemplarisch daraus drei besondere Apps mit Blick auf Integration, Inklusion und neue Interaktionsformen ausführlicher analysiert.

Diese Analyse baut auf den Daten der IfM-Erhebung von 2017 auf, die erweiterten Recherchen fanden im Herbst 2019 statt und bilden somit ziemlich genau den Status Quo vor der Corona-Pandemie ab. Seit der Krise sind viele Museen extrem aktiv und haben eine Vielzahl von innovativen digitalen Angeboten entwickelt, die sich in den Interviews der Studie teilweise schon abzeichnen.

Datengrundlage

In der statistischen Gesamterhebung 2017⁶ des IfM wurden – wie alle zehn Jahre – die Zusatzfragen zur Museumspädagogik integriert. Dabei wurde erstmals auch nach dem Einsatz von Museums-Apps gefragt. Die Frage nach »Pädagogische Medien zum Museumsbesuch« haben insgesamt 3 723 Museen beantwortet. Sie enthielt neben Antwortoptionen wie Führungsblättern, Audioguide, Multimedia-guide und Begleitmaterialien auch die Option »Apps als Download«. Insgesamt haben 265 Museen diese positiv beantwortet (7,1 Prozent von 3 723 Museen).

Die Liste dieser 265 Museen bildete die erste Datengrundlage, um nach einer exemplarischen Auswahl in ca. der Hälfte der aufgelisteten Museen zu überprüfen, inwieweit die Angaben übereinstimmen und welche Konzepte diesen Apps zugrunde liegen. Diese Stichprobe wurde systematisch um 64 weitere Museen ergänzt, die nicht in der Liste des IfM enthalten waren. Insgesamt wurden somit für 190 Museen die App-Angebote auf der jeweiligen Homepage bzw. in den App-Stores analysiert und in einer Synopse zusammengeführt.

Ergebnisse der Datenauswertung – Wer meldet Apps?

Der erste Ansatzpunkt war die Validierung der Informationen der IfM-Daten: Sind die 2017 von den Museen genannten Apps für die Analyse tatsächlich auffindbar? Hier zeigt sich, dass in knapp 80 Prozent der Fälle eine App entweder auf der Homepage oder in einem App-Store gefunden werden konnte. Die Unterschiede sind zum einen sicher auf den zeitlichen Verzug zwischen der IfM-Studie (Erhebung 2017) und unserer Analyse im Sommer/ Herbst 2019 zurückzuführen, so dass beispielsweise 2017 Apps für Sonderausstellungen bei den Museen verfügbar waren, in 2019 aber nicht mehr. Ein zweiter Grund könnte die schwierige Abgrenzung der Begrifflichkeiten sein: Wurden bei der Beantwortung der Fragen eventuell Multimedialguides mit Apps gleichgesetzt oder umgekehrt?

Welches Betriebskonzept liegt den Apps zugrunde?

Grundsätzlich gibt es für Museen verschiedene Wege, zu einer App zu kommen: Der klassische Weg ist, eine eigene App spezifisch für das Museum zu entwickeln. Da das aber relativ aufwendig und damit teuer ist, sind in den letzten Jahren eine Vielzahl von Framework-Apps entstanden, die den technischen Rahmen der App bereitstellen, für den die Museen primär die Inhalte liefern. Hierunter fallen zum Beispiel Dienstleister wie *museum.de*, Webmuseen (*museen.de*) oder auch die Quiz-App *Actionbound*. Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den unterschiedlich großen Museen: Kleinere Museen bis 10 000 Besuchen setzen viel häufiger auf Framework-Apps (17 von 30 Museen nutzen ein Framework), bei den mittleren Museen der Stichprobe ist das Verhältnis zwischen eigenen Apps und Framework-Apps ausgewogen (14 zu 14 Museen). Bei Museen mit mehr als 50 000 Besuchen dominiert klar die eigene App (34 der 39 Museen haben eine eigene App).

Darüber hinaus gibt es verschiedene technische Wege, eine App umzusetzen: als native App, die als Download auf dem Smartphone läuft, als Web-App, die auf dem Smartphone nur eine Art Browser nutzt und viele hybride Varianten dazwischen. Die Übergänge sind fließend, und es ist schwierig, ohne weitere Informationen allein aus der Betrachtung der App heraus auf die technische Basis zu schließen. Daher wurde die Frage der technischen Basis im Rahmen der quantitativen Studie nicht weiter vertieft, aus den parallel geführten Expert*inneninterviews lässt sich aber sehr deutlich ein Trend zur Abkehr von den nativen Apps ableiten.

Funktionale Typisierung von Apps

Die zweite Fragestellung widmet sich der Vielfalt an App-Varianten: Welche Typen von Apps gibt es in Museen? Auch wenn Apps einen sehr unterschiedlichen Funktionsumfang aufweisen, zeigen sich doch charakteristische Funktionen, die in vielen Apps vorkommen – oft in verschiedenen Kombinationen. Die im Rahmen der Studie analysierten Funktionsbausteine sind hier in stark typisierter Form aufgezeigt, ergänzt um Beispiele aus den untersuchten Museen:

<i>Spiel</i>	Such- und Ratespiele, die sich je nach Aufgabenkontext variabel einsetzen lassen; Serious Games für komplexe und kontroverse Themen; Apps wie <i>Actionbound</i> in verschiedenen Museen (<i>Biparcours</i> in NRW)
<i>Visualisierung</i>	Veranschaulichung von unsichtbaren Prozessen und Vorgängen durch spezielle visuelle Präsentationen wie z.B. Röntgenaufnahmen zur Werkzeuggenese eines Künstlers oder Rekonstruktionen; z.B. Walskelett Finni AR in Hamburg, VR-App St. Antony-Hütte in Oberhausen
<i>Video-/ Filmclips</i>	Filmmaterial, Bildmaterialien und Dokumente gerade auch im Sinne der Bewahrung des historischen Gedächtnisses oder für Zeitzeugenberichte; z.B. App <i>Geschichte-Gewalt-Gewissen</i> des Geschichtsortes Villa ten Hompel
<i>Flaneur-App</i>	Unterstützt das eigene Erkunden der Ausstellung, auch Visitor Journey-Konzepte; meist in Verbindung mit technischer Lokalisation durch Beacons, WLAN etc.; z.B. <i>KuMA</i> -App der Kunsthalle Mannheim, Klassikstiftung Weimar
<i>Führungen mit individuellen Schwerpunkten</i>	Führungen für unterschiedliche Zielgruppen und Interessen, Highlights der Ausstellung; z.B. Technikmuseum Berlin (Zielgruppen- und Interessen-Orientierung)
<i>Personalisierung</i>	Storytelling, etwa durch Comic-Figuren/ Avatare oder bekannte Personen bzw. Personalisierung der Inhalte durch Nutzer*innen oder Algorithmus-gestützte Auswahl der Inhalte (z.B. Tinder-Prinzip); z.B. Kinder-App der Glyptothek München, App <i>Mein Objekt</i> (Bode-Museum, Humboldt-Forum)
<i>Partizipation/ Dialog</i>	Partizipative und diskursive Elemente erlauben tiefergehende Interaktion in digitalen Formaten; z.B. Konzeption von <i>Actionbound</i> -Quizzes zur Förderung des interkulturellen Dialogs im Braith-Mali-Museum Biberach
<i>Inklusion</i>	Technische Optionen in der App, um inklusiver zu sein, etwa skalierbare Benutzungsschnittstellen, kontrastreiche Grafikversionen, Gebärdensprache; z.B. Inklusive Tour des Historischen Museums Frankfurt, Bundeskunsthalle Bonn
<i>Integration</i>	Spezifische Angebote für ausländische Mitbürger*innen, Kinder und Jugendliche; z.B. <i>TAMAM</i> -App im Museum für Islamische Kunst Berlin

In der Studie über die Museums-Apps zeigt sich eine Breite und Variabilität an Funktionen, die Objekte mit zusätzlichen Perspektiven kontextualisiert, hinterfragt oder anreichert und somit gleichzeitig den Austausch mit vielfältigen Besucher*inneninteressen fördert. Neue Konzepte wie Tinder-ähnliche Auswahlprinzipien und Chatbots imitieren andere Felder unseres digitalen Alltags und bringen mehr persönlichen Bezug und damit Relevanz in die Angebote. Partizipative und dialogische Elemente finden zunehmend Einzug auch in digitale Formate, wie z.B. die Konzeption von *Actionbound*-Quizzes durch Jugendliche für Jugendliche. Zudem gibt es mittlerweile eine beeindruckende Reihe inklusiver Angebote über Apps. Zu integrativen Angeboten konnten wir in der Analyse 2019 allerdings nicht allzu viel finden, hier besteht also durchaus noch digitales Entwicklungspotenzial.

Museumsart / Besuchszahl	bis 5.000	5.001 bis 10.000	10.001 bis 15.000	15.001 bis 20.000	20.001 bis 25.000	25.001 bis 50.000	50.001 bis 100.000	100.001 bis 500.000	500.001 bis 1 Mio.	über 1 Mio.	Gesamtzahl je Museumsart
Volkskunde- und Heimatkundemuseen	15	11	3	6	5	11	7	8	0	0	66
Kunstmuseen	4	1	2	3	1	5	6	11	0	0	33
Schloss und Burgmuseen	5	3	4	3	2	3	3	8	0	1	32
Naturkundliche Museen	0	2	1	0	2	2	2	0	1	0	10
Naturwissenschaftliche und technische Museen	6	4	4	1	0	5	2	7	2	0	31
Historische und archäologische Museen	8	2	1	2	6	3	6	11	1	0	40
Sammelmuseen mit komplexen Beständen	0	0	0	0	0	1	1	3	0	0	5
Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	7	6	3	1	1	2	4	4	1	0	29
Mehrere Museen in einem Museumskomplex	0	0	0	5	0	5	2	4	0	0	16
Gesamtzahl	45	29	18	21	17	37	33	56	5	1	262

Anzahl der Museen, die den Fragenkomplex »Pädagogische Medien zum Museumsbesuch« bearbeitet und die Frage nach Apps positiv beantwortet haben, sortiert nach Typ und Besuchszahl (für drei Museen liegt keine Besuchszahl vor)

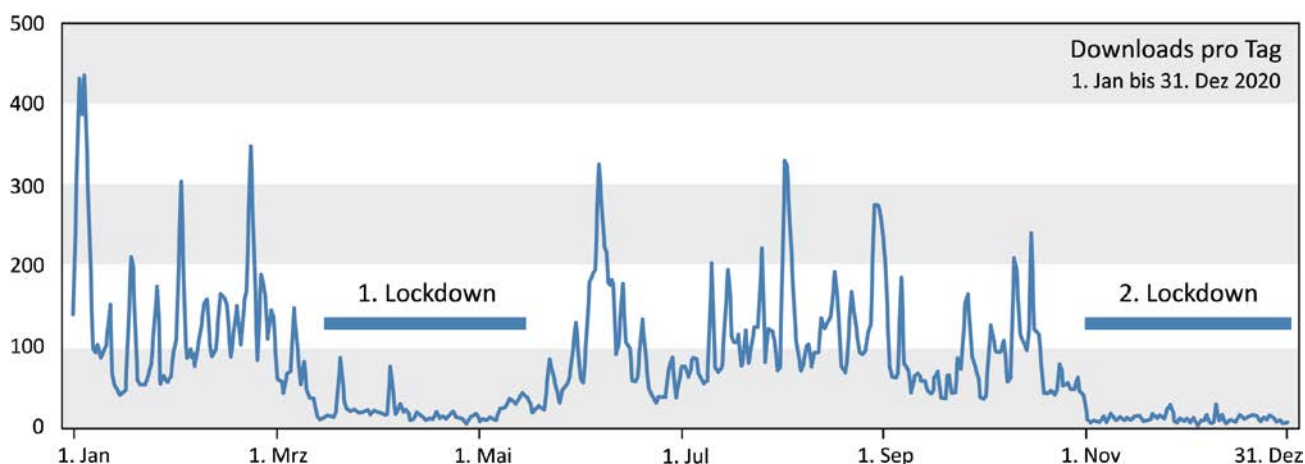
Quelle: Annette Noschka-Roos und Lorenz Kampschulte 2020, S.42

Wo geht die Reise hin?

Im zweiten Teil der Studie sollte mit einer qualitativen Analyse in Form von Expert*inneninterviews die Richtung der Weiterentwicklung von Apps und vor allem ihre Rolle in den digitalen Strategien von Museen herausgearbeitet werden.

Wie in der quantitativen spiegeln sich auch in der qualitativen Analyse die Anfänge eines Aufbruchs, der sich in den Interviews und Fallbeispielen insbesondere darin manifestiert, dass viele Projekte im Rahmen von Förderinitiativen realisiert werden konnten. Folgt man den Aussagen der Expert*innen in den Interviews, stellen Apps eine Ergänzung der Vermittlungsangebote vieler Museen dar. Dialogische Ansätze versuchen, die Besuchenden stärker einzubinden und der personalen Vermittlung näherzukommen, z.B. über die Integration von Chatbots (vgl. VR-App zur St. Antony-Hütte). Auch partizipative Ansätze können dazu dienen, Apps attraktiver für Besuchende zu machen und stärker an deren Bedürfnissen auszurichten. Allzu viele Beispiele konnten in der Studie nicht gefunden werden, aber die Erfolge der museumspädagogischen Kolleg*innen aus dem Europäischen Hansemuseum Lübeck und dem Braith-Mali-Museum Biberach zeigen, dass dies gerade für jugendliche Zielgruppen ein attraktiver Trend sein könnte – und wie sich personale und digitale Vermittlungsformen lernmotivierend ergänzen können. Einen besonderen Weg in Richtung Partizipation und Inklusion ist das Staatliche Museum für ägyptische Kunst in München gegangen, indem es den Multimediaguide *All Included* für Jugendliche mit Schüler*innen eines inklusiven Gymnasiums produziert hat.

Bei allen Expert*innen kommt deutlich zum Ausdruck, dass eine App nur *ein* Instrument innerhalb einer digitalen (Vermittlungs-)Strategie ist und dass es sehr wohl auf die spezifische Rolle als auch auf die Einbettung ins System ankommt. Hier spielen sowohl Faktoren wie das Thema des Museums/ der Ausstellung und die Zielgruppe eine Rolle, als auch strukturelle Einflüsse wie Gebäude, technische Infrastruktur und das verfügbare Personal. Bei einer digitalen Strategie geht es primär darum, Querschnittsaufgaben zu erfüllen und das Museum in den digitalen Raum zu öffnen. Ob das aber über Apps, Social Media-Kanäle, multimediale Webseiten oder über ganz andere Formate geschieht, ist dann eher eine Frage der Zielgruppen



App-Downloads des Deutschen Museums 2020. Deutlich zu sehen ist der Einbruch während der Museumsschließung im März sowie ab November 2020

Quelle: Deutsches Museum, München

und der zu vermittelnden Inhalte. Idealerweise sind die Formate nicht nur intensiv in das Gesamterlebnis Museumsbesuch integriert,⁷ sondern auch untereinander eng verknüpft, so dass die Besuchenden etwa über die sozialen Medien auf die multimedialen Webseiten aufmerksam werden, dort das Interesse weiter geweckt wird und sie von dort direkt in die App kommen, die sie beim Besuch begleitet. Die Museums-App ist dabei nur ein Baustein – aber gerade vor Ort im Museum ist sie kaum durch andere mobile digitale Formate zu ersetzen.

Der Corona-Effekt: Wie viel ändert sich?

Mit der Corona-Pandemie und der Schließung der Museen Anfang 2020 nahm schlagartig die Bedeutung digitaler Angebote zu. Gleichzeitig ließ sich eine Abnahme an Downloads von Apps verzeichnen, deren Funktion primär darin besteht, den Museumsbesuch zu erweitern. Am Beispiel der App des Deutschen Museums lässt sich dies eindrucksvoll nachvollziehen.

In der Krise nahm die Diskussion um die Bedeutung digitaler Vermittlungsangebote für Museen zu. Neben Angeboten wie virtuellen Rundgängen und aufgezeichneten oder live übertragenen Führungen versuchten Museen nun auch, mit interaktiven Angeboten die Besucher*innen zu erreichen, wie etwa den *Debatutorials* im Zeppelin Museum Friedrichshafen. Dort wurden die geplanten Ausstellungen online mit potenziellen Besucher*innen diskutiert. Auch der Begriff des Digital Storytelling rückte zunehmend in den Fokus der verantwortlichen Museumsmitarbeiter*innen und findet seinen Einfluss in vielen neuen Formaten. Nicht zuletzt sind in dieser Zeit spielerisch-partizipative Angebote entstanden, die den (nicht-musealen) digitalen Raum mit den Museen verknüpfen. So hat etwa das Bibelmuseum Münster in einem *Minecraft*-Wettbewerb dazu aufgerufen, den berühmten Turm zu Babel in dem beliebten Open World-Spiel nachzubauen.

Bei digitalen mobilen Angeboten wie Apps lässt sich teilweise auch eine Anpassung an die Folgen der Corona-Pandemie beobachten. So wurden vereinzelt App-Inhalte in Onlineangebote überführt und so digitalen Besucher*innen zugänglich gemacht, etwa im Falle der AR-App der KZ-Gedenkstätte Dachau. Andere Museen, wie die Kunsthalle Mannheim, bieten die Kunstwerke und Marker zum Download an, so dass man zu Hause seine eigene Ausstellung bauen und so das AR-Spiel *memo* dort nutzen kann. Die Erfahrungen während der Museumsschließung wer-

den aber auch über die Zeit der Pandemie hinaus einen Einfluss auf die Entwicklung neuer digitaler bzw. digital mobiler Angebote haben. Hier stellt sich die konzeptuell spannende Frage, wie sich allgemeine Online-Inhalte des Museums, On site-Inhalte und zielgruppenspezifische Angebote sinnvoll zu einem Gesamterlebnis verknüpfen lassen.

Digitale Angebote – der größere Kontext

Nicht nur in den Museen, sondern auch in der Öffentlichkeit wird intensiv darüber diskutiert, inwiefern sich Museen jetzt neu erfinden müssen, welche Rolle digitale Angebote in der Vermittlungsarbeit von Museen spielen sollten und welche Besucher*innengruppen damit erreicht werden. Reale Objekte und digitale Medien, mit dieser für Besucher*innen attraktiven Verknüpfung werden Museen sich behaupten können – Schritt für Schritt aufgebaut mit Mitteln, die momentan noch aus Fördertöpfen fließen und dringend verstetigt werden müssten. Das zeigte sich nicht nur in der App-Studie, das spiegeln auch aktuelle Beiträge zum *Betriebssystem Museum*,⁸ die die digitalen Herausforderungen im Museumsbereich aufgreifen, denn »die technische und inhaltliche Weiterentwicklung ist Teil einer Entwicklung, die die Institutionen verändert. [...] Dies betrifft die interne Arbeitsweise und Organisation genauso wie die Ansprache des Publikums und die Vermittlung musealer Inhalte.«⁹ So zeigt sich auch in den Expert*inneninterviews, dass gerade diese neuen Organisationsstrukturen und Arbeitsprozesse eine Herausforderung für digitale Projekte und Apps sind – angesiedelt irgendwo zwischen Ausstellungs-, Vermittlungs-, Kommunikations- und Forschungspraxis wird jedes Museum seinen eigenen Weg finden müssen. Innerhalb der Community lässt sich derzeit ein intensiver Austausch über Erfahrungen und Herausforderung in der Entwicklung, Bereitstellung und Evaluation digitaler Online- und Offline-Formate beobachten. Ein Beispiel, das sich diesem Spannungsfeld annimmt, ist das deutschlandweite Verbundprojekt *museum4punkt0*,¹⁰ das nicht nur digitale Formate zur Vermittlung in Museen entwickelt und beforscht, sondern auch gezielt den Austausch fördert. Neben dem neuen, durch COVID-19 induzierten Bedarf sind es vor allem die intensive Diskussion über die Rolle der Museen, die projektbezogenen Fördermöglichkeiten sowie der intensivierte Austausch in der Community, die den Museen aktuell viel neuen Schwung geben, um digitale Strategien voranzubringen.



*Dr. Lorenz Kampschulte
l.kampschulte@deutsches-museum.de*

Lorenz Kampschulte kam 2006 für das Ausstellungsprojekt Nanotechnologie ans Deutsche Museum. Nach einem mehrjährigen Aufenthalt am IPN Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften und Mathematik in Kiel leitet er seit 2018 die Hauptabteilung Bildung am Deutschen Museum.



*Dr. Andrea Geipel
a.geipel@deutsches-museum.de*

Andrea Geipel ist Sportwissenschaftlerin und promovierte zum Thema Wissenschaftskommunikation auf YouTube. Am Deutschen Museum leitet sie das VRlab und koordiniert im Rahmen von museum4punkt0 ein Forschungsprojekt zur Integration von digitalem Storytelling mit AR & VR in Ausstellungen.

- 1 Noschka-Roos, Annette & Kampschulte, Lorenz: *Digitales Medium und analoge Ausstellung. Zur Analyse von Museums-Apps aus besucher*innenorientierter Perspektive*. Berlin 2020.
- 2 Vgl. Statista-Dossier *Smartphone-Nutzung in Deutschland* www.de.statista.com/statistik/studie/id/71707/dokument/smartphone-nutzung-in-deutschland [06.02.2021].
- 3 Vgl. Gries, Christian & Gerstner, Wiltrud: *Apps, Guides und Spieleanwendungen als Wunderkiste im Museum? Die Entwicklung digitaler Applikationen mit dem Baukasten fabulAPP*. In: *Museum heute* 53, 2018, S. 20-24.
- 4 Vgl. Institut für Museumsforschung: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2017*. Berlin 2018.
- 5 Siehe Noschka-Roos & Kampschulte 2020.
- 6 Siehe Institut für Museumsforschung 2018.
- 7 Vgl. Henkel, Matthias: *Audience Development 2.0 als ein ganzheitlicher Ansatz für ein besucherorientiertes Management im Museum. Ein fiktives Selbstgespräch*. In: *Museum heute*, 55, 2019, S. 32-36.
- 8 Vgl. Deutscher Museumsbund: *Update. Museen im digitalen Zeitalter*. In: *Museumskunde*, 83, 2019 sowie: Deutscher Museumsbund und Bundesverband Museumspädagogik: *Leitfaden Bildung und Vermittlung im Museum gestalten*. Berlin 2020.
- 9 Köhne, Eckart: *Editorial: Betriebssystem Museum*. In: *Museumskunde*, 83, 2019, S. 1.
- 10 www.museum4punkt0.de [12.02.2021].



Wenn das Museum sich unbedingt traditionell verhalten will, dann soll es das. Dann wird man sich auch nicht besonders für das Museum interessieren. Da muß man eben wo anders hingehen, und dann wird dieses Museum sehr schnell vergessen sein. Es sei denn, es hat wichtige Bilder. Dann geht man wie in ein Archiv [...]. Dann ist das Museum nichts anderes geworden als ein Archiv für die menschliche, kulturelle Tätigkeit. Es gibt natürlich auch solche Archive. Aber das ist viel zu wenig. [...]

Wenn das Museum nicht fähig ist, durch seine Leute die allerhöchste Qualität, die im Augenblick da ist, vorzuführen, braucht man kein Museum.

Joseph Beuys





Rezension

Hannah Röttle
»Objektbegegnungen« im
historischen Museum
kopaed 2020, 256 S.,
ISBN 978-3-86736-544-4, 22,80 €

Was bedeutet es, wenn man Museumspädagogik nicht vom Objekt aus oder von Besucher*innen aus denkt, sondern von deren Beziehung? Mit dieser relationalen Sichtweise untersucht Hannah Röttle pädagogische Angebote in einem historischen Museum. Es ist zugleich ihre Dissertation an der Universität Göttingen, die mit dem Arnold-Vogt-Preis ausgezeichnet wurde. Aus phänomenologischer Perspektive blickt die Forscherin auf Objektbegegnungen, auf deren Formen und Verläufe, und auf die damit zusammenhängenden pädagogischen Potenziale.

Sie videografiert dazu Schulklassen während der Museumsbesuche, bei denen es um historische Sachzeugnisse, um ein Bild, um ein Modell, aber auch um das Nachspielen eines Ritterkampfs geht, und untersucht sie mit Hilfe der sozialwissenschaftlichen phänomenologischen Analyse. Methodisch klar arbeitet sie Erkenntnisse nachvollziehbar heraus und entwickelt theoretische Bezüge und Erklärungen. Dabei bleibt die Verfasserin stets sehr nah an den praktischen Umständen, beschreibt diese präzise, berücksichtigt sie in der Analyse und denkt die Ergebnisse immer wieder auf die Praxis hin.

Die Schlussfolgerungen sind nicht völlig überraschend, aber in ihrer Klarheit und Anschaulichkeit wegweisend: Zunächst wird deutlich, dass echte Begegnungen mit Objekten, also eine Beschäftigung der Schüler*innen mit den Exponaten, enorm selten sind. Es zeigt sich, dass die Rahmenbedingun-

gen und museumspädagogischen Settings solche Objektbegegnungen oft gar nicht zulassen. Wenn Objektbegegnungen entstehen, dann vor allem durch die (gemeinsame) Bewegung der Schüler*innen im Raum, durch ein »Körperhandeln«. Museumspädagog*innen können dies unterstützen. Wie die empirische Untersuchung zeigt, muss der Fokus dabei auf einer Vergegenwärtigung in Leib, Raum und Zeit liegen. Begegnungen erfolgen dann insbesondere mit Exponaten, die für die jungen Besucher*innen entweder bekannt oder irritierend sind. Daraus entsteht ein sinnlich-affektiver Appell an die Leiblichkeit; Wahrnehmung und Vorstellungsbildung werden angeregt. Deutlich wird auch, dass die Bewegung als leiblich-affektive Aktivität wichtig ist und den Anlass zur Reflexion bietet.

Die Folgen für die Museumspädagogik und die Geschichtsdidaktik sind weitreichend: Die Studie zeigt empirisch klar auf, dass stärker von einer Struktur der Wahrnehmung, Begegnung und Erfahrung her gedacht werden muss. Sie unterstützt damit jene Sichtweisen, die konstruktivistisch oder phänomenologisch geprägt sind. Sie liefert Einsichten in die Bedeutung des Körpers im Museumsraum und in die Bedeutung von Affekten und Imaginationen bei der Wahrnehmung und Rezeption. Letztlich macht sie die ästhetische Dimension der Bildung im Museum deutlich. Sie liefert damit wichtige Erkenntnisse für die museumspädagogische Praxis, aber auch für die weiter auszubauende theoretische Grundlegung des Fachs.

Fabian Hofmann
hofmann@fliedner-fachhochschule.de

Gemeinsame Erklärung zur freiberuflichen und selbständigen Tätigkeit für Museen

von:

bfe bundesverband freiberuflicher ethnolog_innen e.V.
Bundesverband freiberuflicher Kulturwissenschaftler e.V.
Bundesverband Museumspädagogik e.V.
Deutscher Museumsbund e.V.
VerA – der Ausstellungsgestalter in Deutschland e.V.
Verband Deutscher Kunsthistoriker e.V.

Mit ihren rund 7 000 Häusern sind die Museen in Deutschland relevante Auftraggeber für verschiedene hochspezialisierte Berufsgruppen. Aufgrund dieser thematischen Vielfalt bieten Museen Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlichster Disziplinen und Fachrichtungen ein wichtiges und spannendes berufliches Betätigungsfeld mit einem hohen Maß an gesellschaftlicher Relevanz.

Freiberufler*innen sind Partner der Museen

Die Museen werden in ihren stetig wachsenden Arbeitsfeldern durch spezialisierte freiberuflich Tätige unterstützt. Diese haben sich inzwischen als verlässliche Partner für eine zeitgemäße Museumsarbeit etabliert.

Freiberufler*innen stärken die Innovationskraft der Museen

Die Ausdifferenzierung und Professionalisierung aller Arbeitsbereiche fordern heute zunehmend innovative Expertise. Externe Kräfte können dabei aufgrund ihrer Qualifikationen und vielfältigen Berufserfahrungen neue Impulse in alle Arbeitsbereiche der Museen einbringen.

Freiberufler*innen unterstützen Museen in ihrer Dialogfähigkeit

In einer zunehmend diverser werdenden Welt stehen Museen im engen Austausch mit vielen gesellschaftlich aktiven Gruppen. Zur Moderation dieser Diskurse bedarf es einer hohen sozialen Kompetenz, die auch erfahrene externe Expertinnen und Experten einbringen können.

Wir engagieren uns gemeinsam für:

- ein Miteinander, das von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung geprägt ist;
- ein ganzheitliches Projektmanagement, bei dem alle von Beginn an einbezogen werden;
- Transparenz und Kommunikation in Entscheidungsprozessen;
- eine den erbrachten Leistungen entsprechende Honorierung.

15. Dezember 2020

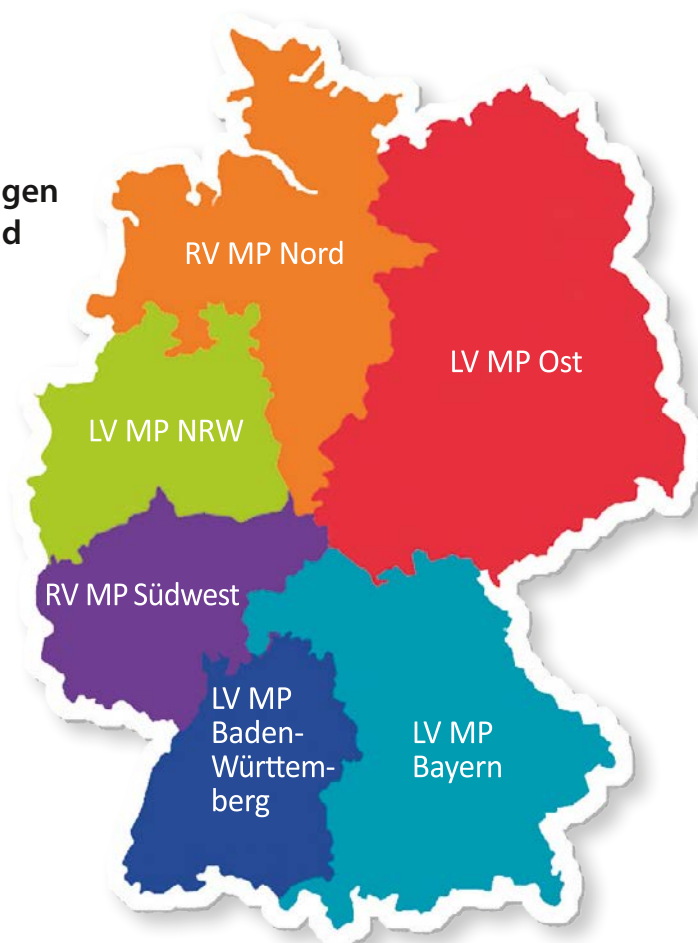
Werden Sie Mitglied! Werben Sie Mitglieder!

Eine Mitgliedschaft im Bundesverband
Museumspädagogik e.V. lohnt sich:

Mitgliedern stehen Tagungen, Fortbildungen
und Workshops des Bundesverbandes und
der regionalen Verbände offen.

Sie erhalten kostenfrei die Fach-
zeitschrift *Standbein Spielbein*,
den monatlichen Newsletter und
Infos über Veranstaltungen im
In- und Ausland.

Zudem gewährt eine ganze Reihe
von Museen unseren Mitgliedern
freien Eintritt.



Der Bundesverband Museumspädagogik e.V. (BVMP) vertritt, bündelt und koordiniert die Kompetenzen von bundesweit über 1000 Museumspädagog*innen. Er fördert fachlichen Austausch, Vernetzungen und Kooperationen sowie Veröffentlichungen und Projekte, die den Bereich Bildung und Vermittlung betreffen. Profitieren Sie von unserem gemeinsamen Netzwerk!

Den Mitgliedsantrag finden Sie auf unserer Webseite:
www.museumspaedagogik.org/bundesverband/mitgliedschaft/



**BUNDESVERBAND
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**

