

Stand Spiel Bein



**Museumspädagogik
an Kunstmuseen**

Über die Kunst des Sehens, die Kunst des Verstehens und die Kunst des Vermittelns

Vor vielen Jahren fing es an...

Die Wendung der modernen Kunst vom *Inhalt des Dargestellten* zur reinen *Form* im frühen 20. Jahrhundert erschwerte sowohl dem ästhetisch nicht vorgebildeten, als auch dem nach traditionellen Kriterien urteilenden gebildeten Kunstbetrachter die Rezeption. Erster hatte ohnehin nie wirklich den Zugang zur Kunst, zweiter war es gewohnt, Bildinhalte über das erworbene Bildungswissen zu erfassen. Nun griffen aber diese inhaltsbezogenen Decodierungsschlüssel nicht mehr, und selbst das Bildungsbürgertum scheiterte angesichts des neuen Stilpluralismus. Alle Regeln der Kunst schienen über den Haufen geworfen zu sein. Kunstgenuß wurde zum Privileg einiger weniger, die den Wandel verstanden und mitvollzogen. Die Reaktion der anderen war die Ablehnung des Neuen.

Diese ablehnende Haltung gegenüber dem Unbekannten hat sich bis heute hartnäckig erhalten. Der Satz „Und das soll Kunst sein?!“ wird in jeder Galerie der Moderne häufig genug geäußert. (Wobei die so kritisierten Werke oft schon 30 Jahre alt sein können!) Da aber die Besucherinnen und Besucher von Kunstmuseen in der Regel auch nicht mehr über das Wissen verfügen, das ihre gebildeten Vorfahren im 19. Jahrhundert noch über ihre humanistische Bildung erworben haben, treten Verständnisprobleme auch bei der „Alten Kunst“ auf.

Es mußten viele Jahrzehnte vergehen, bis erkannt wurde, daß es nicht genügt, Ausstellungsräume zu bestücken und das Publikum einzulassen. Kunstvermittlung ist notwendig, um die Kluft zwischen der Kunst und den Besuchern zu füllen. Die Kunst erklärt sich eben nicht jedem von selbst!

Auf dem Gebiet der Vermittlung hat sich von seinen Anfängen bis heute viel getan. Mit Erleich-

terung können wir feststellen, daß die „langweilige Führung“, während der ein Museumsmitarbeiter mit langem Atem Monologe über Kunst hält, kaum noch zu finden ist. Es sind vielfältige Konzepte entwickelt worden, um den Museumsbesuchern auf anregende Weise interessante Inhalte zu vermitteln.

Gerade Kindern und Jugendlichen werden altersgerechte Programme geboten, Kunst zu entdecken und zu verstehen. In ihnen hat man die Museumsbesucher von Morgen erkannt, die es zu fördern gilt.

Aber auch die Erwachsenen können heute Angebote in Anspruch nehmen, die weit über die passive Rezeption hinausreichen und das Bedürfnis nach Wissenserwerb mit dem des Kunstgenusses verbinden.

Aus der nahezu unüberschaubaren Palette der Möglichkeiten werden in dieser Ausgabe von *Standbein Spielbein* einige vorgestellt. Die Autorinnen und Autoren berichten über Projekte, reflektieren ihr Arbeitsfeld und formulieren selbstkritische Fragen.

Ich wünsche allen Leserinnen und Lesern des Hefts eine anregende Lektüre!

Dr. Doris Edler

Das Thema der April-Ausgabe von *Standbein Spielbein* lautet:

Migration

Die Redaktion übernehmen die Arbeitskreise Hessen und Bayern.

Redaktionsschluß ist der 15. Februar 2003.

Ansprechpartner sind:

Wolf von Wolzogen, Historisches Museum, Saalgasse 19, 60311 Frankfurt/M., fon 069-212 34611, fax 069-212 40873
wolf.vonwolzogen@stadt-frankfurt.de

Ulrike von Gemmingen, Museum Mensch & Natur Nymphenburger Schloß, 80638 München, fon 089-171 382
ulrike.von.gemmingen-leslie@t-online.de

Impressum

Standbein Spielbein.
Museumspädagogik aktuell
Nr. 64, Dezember 2002

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

Titel und Layout:
typografik, Michael Schulz, Hamburg
e-mail: ms.typografik@gmx.de

Druck:
Lebenshilfe g.GmbH, Lüneburg

Anzeigen:
Preise nach Anzeigenpreisliste 1/02,
Redaktionsschluß für Anzeigen nach
Absprache

Erscheinungsweise und Bezug:
Standbein Spielbein. Museumspädagogik
aktuell erscheint 3x jährlich
(Jahresabo EUR 21,- / Einzelheft EUR 8,-)

Für Mitglieder des Bundesverbandes
Museumspädagogik e.V. ist der Bezug
der Zeitschrift im Mitgliedsbeitrag
enthalten.

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

Copyright bei den Herausgebern.

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

ISSN 0936-6644
Standbein Spielbein. Museumspädagogik
aktuell Nr. 65 erscheint im April 2003.
Redaktionsschluß ist der 15. Februar 2003.

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

thema

Peter Schüller , Methodisch korrekt!?	4
Julia Breithaupt , Bildungsarbeit im Museum – Bemerkungen zu einem Begriff	5
Michael Cassin , ‘hands-on’ in the head	7
Sabina Leßmann , <i>kunstbegegnet</i> – Tiere im Kunstmuseum Bonn	10
Christiane Heuwinkel , Mission impossible? Museumspädagogik im Kunstmuseum	12
Carola Marx , Deutsch lernen vor Bildern	16
Simone Streck , Moderne Kunst lebt von der Wahrnehmung und die Wahrnehmung liegt im Betrachter!	17
Doris Edler , Herr Chodowiecki und der Bleistift	18
Christiane Jürgens , Kinder in Kunstmuseen	19
Anja Ciupka , „Acrylfarben schmecken gut!“	24
Wiebke Mailahn , „Museen sind so jung wie ihre User“	27
Petra Weber-Obrock , Entdeckungsreisen durch die Kunst der Gegenwart	29
Andreas Benedict , Zielgruppe: Junge Erwachsene	31
Angela Wenzel , <i>Atelier surreal</i> in K20 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen	34
Jürgen von Schemm , „Lebende Bilder“ und vermittelndes Spiel	36

zeitzeichen – leitzeichen

HG Merz , Wunderkammer versus Wunderland	40
Volker Rodekamp , Ausstellungsmanagement versus Ausstellungspädagogik?	43
Harald Krämer , Look and feel good	44

rubriken

editorial	2
impressum	2
neues aus den AKsen	50
ausstellungen	54
publikationen	55
treffen – tipps – termine	56
und außerdem	60
kurz gefragt	63

Methodisch korrekt!?

Peter Schüller

Die Praxis der Vermittlungsarbeit an Kunstmuseen zeigt eine große methodische Vielfalt. Das ist nicht immer so bewußt, denn die Diskussion hat deren Reflexion und theoretische Fundierung über einen langen Zeitraum vernachlässigt.

Die Methoden der Vermittlungsarbeit müssen so zahlreich und vielfältig sein wie die Sprachen der Kunst und die Rezeptionshaltungen der MuseumsbesucherInnen. Es lassen sich vier methodische Grundkonzeptionen unterscheiden:

- Verbale Vermittlungsformen (klassische Führung, Gespräch, Saaltext, Kurzführer, Audio Guide, Informationsterminal mit Computer, Arbeitsblatt mit Fragen, Reporterspiele etc.): Diese personalen und medialen Vermittlungsangebote in all ihrer Vielfalt bieten Informationen, Erklärungen und Impulse vorwiegend in sprachlicher Form. Sie sind die wohl am häufigsten anzutreffenden Vermittlungsformen.
- „Kunstabstraktion mit bildnerischen Mitteln“ (Farbauszug, Zeichenaufträge, Nachahmung, Suche nach Lösungen für bildnerische Probleme in der Auseinandersetzung mit Materialien, Techniken, bildnerischen Prinzipien, Formen, Motiven und Produktionsprozessen etc.): Die Komplexität der Aufgabenstellungen kann sehr unterschiedlich sein. Stets setzt man auf die Ergänzung der verbalen Vermittlung durch Erfahrungen in eigenen bildnerischen Versuchen.
- Interdisziplinäre Methoden (Einbeziehung von Theater, Pantomime, Film, Musik, Tanz und Literatur): Diese Methoden sind mit besonderen Assoziations- und Erlebnismöglichkeiten verbunden – gleichgültig ob sie eher zur Rezeption oder zur äußeren Aktion einladen.
- Aufzeigen von Möglichkeiten und Regeln der Teilnahme und Teilhabe: Diese hinweisenden und anleitenden Formen müssen insbesondere im Hinblick auf die zeitgenössische Kunst hinzugefügt werden, die sich oft mit Formen der Aktion, der Aufführung, des Ereignisses und des Eingriffs in alltägliche Prozesse verbindet.

Besonderer Beliebtheit bei KunstvermittlerInnen in den Museen, beim allgemeinen Publikum, bei LehrerInnen und anderen MultiplikatorInnen sowie bei AutorInnen erfreuen sich Veranstaltungen mit bildnerisch-praktischen Anteilen. Alfred Lichtwark hatte betont: „Neben der Auflösung des Stoffes in ein Spiel von Fragen und Antworten sind auch andere Methoden möglich, ...“¹ In den 1960er Jahren wurden solche Möglichkeiten in der allgemeinen pädagogischen Literatur u.a. als

„Kunstabstraktion mit bildnerischen Mitteln“² oder als „aktive Möglichkeiten“³ diskutiert. Seit jenem Hoch der Museumspädagogik in den 60er und 70er Jahren bis zu den aktuellen Programmen der Bildungsarbeit der Museen ist diese Methodenkonzeption ein wichtiger Bestandteil der Vermittlungspraxis in Kunstmuseen:

- Mit ihrem Wechsel von Methoden und Verhaltensformen ermöglicht sie die Rhythmisierung von Veranstaltungen.
- Vor den Werken in den Ausstellungsräumen erlauben es ihre sammlungsfreundlichen Varianten, die Verweildauer vor den Originalen auszudehnen.
- In der Verschränkung von Produktion und Reflexion ermöglicht diese Methode sowohl die Ausbildung von mentalen Begriffen als auch die Einübung von verbalen Bezeichnungen. Diese Methodenkonzeption kommt BesucherInnen entgegen, die nicht über entsprechende sprachliche Fähigkeiten verfügen oder diese nicht verwenden wollen.
- Im Umgang mit Materialien, Formen, Motiven und strategischen Möglichkeiten können im Museum auch Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden, die in vorangegangenen Lernprozessen keine oder nur eine untergeordnete Rolle gespielt haben.
- Im Nachvollzug der Genese eines Werkes wird die Entstehung eines Werkes als Folge von Denk-, Entscheidungs- und Problemlösungsprozessen bewußt. Werke mit reduziertem Wahrnehmungsangebot oder geringer wahrgenommener Distanz zu den Erscheinungsformen der Alltagswirklichkeit werden als Leistungen verstanden und respektiert.
- Die bildnerische Arbeit erlaubt die Konzentration auf eigene Arbeitsrhythmen und -organisationen und könnte ein individuelles Museumserlebnis fördern.

Das Konzept der „Kunstabstraktion mit bildnerischen Mitteln“ bietet viele Chancen. Sie sollte aber nicht zu einem Standardrezept werden.

- Es gibt durchaus ein Publikum, das diese Vermittlungsform nicht mag. Manche BesucherInnen bevorzugen verbale Vermittlungsformen. Manche sind daran interessiert und gewöhnt, sich in kurzer Zeit sehr viele Kenntnisse anzueignen. Diese BesucherInnen stellen das Erlebnis eines Werkes und die Information über das Werk in den Mittelpunkt ihres Museumsbesu-

ches und möchten auf das sinnliche Erlebnis der Arbeitsmaterialien und -prozesse verzichten. Sie möchten manches von dem, was oben genannt worden ist, nicht und haben manchmal auch Angst vor Mißerfolgserlebnissen im bildnerischen Tun.

- Im Mittelpunkt der Vermittlungsarbeit mit dieser Methode stehen der jeweilige Formbestand und der Entstehungsprozeß eines Werkes. Andere Informationen – z.B. über die historische Dimension, über Kontexte usw. – treten in den Hintergrund.
- Die Vermittlungsarbeit nach diesem Konzept erfordert einen besonderen Aufwand im Hinblick auf die Logistik. Bei der Planung und Vorbereitung muß darauf geachtet werden, daß keine andere Aufgabe des Museums dadurch eingeschränkt oder gefährdet wird. Die Verlagerung der bildnerischen Arbeit in einen anderen Raum ist auch mit einer großen Distanz von den Originalwerken verbunden, die doch das eigentliche Argument für einen Museumsbesuch sind.
- Auch das pure Erlebnis der Ausstellungssituation oder musealen Präsentation muß möglich sein. Es hat einen eigenen Reiz und einen eigenen Wert.

Leistungen und Voraussetzungen einer Methode müssen stets sorgfältig geprüft werden. Die einzig „richtige“ Methode gibt es nicht. Wer Begegnungen mit Werken der Kunst in unseren Museen zu gestalten hat, wird aus dem großen Methodenrepertoire auswählen, Methoden weiterentwickeln und kombinieren müssen. Dabei stellt sich immer wieder die Frage nach der Angemessenheit der Methode im Hinblick auf die Ziele, auf die Verfaßtheit der jeweiligen BesucherInnen und im Hinblick auf die Werke der Kunst.

Peter Schüller
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Bildung und Kommunikation
K20 K21 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen
K21 Kunstsammlung im Ständehaus
Ständehausstr. 1
40217 Düsseldorf
schueller@kunstsammlung.de

¹ Lichtwark, Alfred: Übungen in der Betrachtung von Kunstwerken, Dresden 1898, S. 15

² Baaken, Helmut: Kunstbetrachtung mit bildnerischen Mitteln, S. 152, In: Bildnerische Erziehung, 4/1965, S. 152-155

³ Parnitzke, Erich: Wege zur Kunstbetrachtung, S. 189, In: Wege zur Bildbetrachtung, 5/1960, S. 189-190

Bildungsarbeit im Museum

Bemerkungen zu einem Begriff

Julia Breithaupt

Bei der Benennung der *Bildungsarbeit im Museum* gibt es einige Gesichtspunkte, die ich zur Verständigung über den Begriff und den Inhalt im Folgenden anreibe, wohl wissend, daß dies eine Skizze ist, die einer ausführlicheren Diskussion und Ausarbeitung bedarf.

Bildungsarbeit

Die Bildungsarbeit ist als Funktion des Museum in den letzten Jahrzehnten fest verankert und zu einem Teil des Selbstverständnisses geworden. In den siebziger Jahren wurden die traditionellen Funktionen des Museums – Sammeln, Bewahren, Präsentieren – durch die der Vermittlung erweitert. Ergebnisse der Besucherforschung in Museen bestätigten die Notwendigkeit dieser Arbeit, und die Entwicklung des Marketings in Museen unterstützte die Nachfrage nach verschiedenen Formen von Bildungsangeboten.

Bildung – eine Vielzahl von Begriffen

Der Begriff *Bildung* ist übergeordnet und wird in diversen Handbüchern so eingeordnet. Die Vielfalt der durchaus auch widersprüchlichen Formen des Gebrauchs von formaler bis materialer, von allgemeiner bis berufsbildender Bildung zeigen einen Teil des Spektrums auf.

Der Versuch in den 70er Jahren, den Bildungsbegriff als wertend zu vermeiden, kann als fehlgeschlagen angesehen werden. Der damals gewählte Begriff „Museumspädagogik“ führte mittelfristig in eine Sackgasse.

Es kann in diesem Zusammenhang nur um einen Teilbereich gehen: den der kulturellen Bildung bezogen auf die Gesamtheit von Besucherinnen und Besuchern.

Die Betonung der Vermittlungsaufgabe als Teil der Funktionen des Museums bezieht sich gleichzeitig auch auf die seit den 70er Jahren verfolgten Demokratisierungstendenzen. In dieser Diskus-

sion schwingt der humanistische Bildungsanspruch mit, der Bildung als Befreiung des Menschen zu sich selber, ebenso zu Urteil und Kritik bewirken soll.

Ich finde es wichtig, daß der Begriff *Museumspädagogik* aus dem Sprachgebrauch verschwindet, da er eine in zweifacher Hinsicht negative Konnotationen transportiert:

Pädagogik ist zu einem Negativ-Schlagwort verkommen und wird sehr eingengt nur auf Kinder und Jugendliche verwendet und nicht auf die gesamte Vermittlungsarbeit, die die Erwachsenen einschließt, ebenso die mediale Vermittlung und andere Formen von besucherorientierter Arbeit.¹

Umbenennungen

Eine Reihe von Museen haben ihre Abteilungen aus diesen Gründen umbenannt in *Bildung und Kommunikation* und ähnliche Bezeichnungen (Düsseldorf und Hannover, Wolfsburg, Haus der Geschichte, Bonn).

BesucherInnen

Die Bildungsarbeit bezieht sich generell auf *Besucherinnen und Besucher*, also auch auf Erwachsene. Die Kommunikations- und Vermittlungsarbeit mit Besuchern ist also neutraler mit Bildung umschrieben, zumal Erwachsene sich verständlicherweise gegen eine Pädagogisierung ihres Besuchs und ihrer Kommunikation wenden. Die Angebote der Museen sind im weiteren Sinn Marketing für das Museum und kennzeichnen einen sensiblen Bereich vom inneren Arbeitsbereich des Museums zur Öffentlichkeit.

Pädagogik impliziert außerdem ein schiefes Verhältnis – von einem „belehrenden“ Erwachsenen zu einem zu beeinflussenden Gegenüber, das nicht auf der gleichen Stufe steht, u.a. also „dümmer“, uninformativer und unter dem Status des Vermittelnden auszumachen ist.

Diese entwertende Haltung ist einem Museum nicht gemäß, zumal in der Erwachsenenbildung gerade heute von den mitgebrachten Kompetenzen ausgegangen und möglichst daran angeknüpft wird. Auch das Kindertümelnde der „Mysischen Bildung“ ist out.

Auch wenn neuerdings nach einer progressiven Phase in einigen Richtlinien für Kunstunterricht diese Richtung fatalerweise wieder thematisiert wird, sollte sich das Museum hüten, sich die alten Hüte von vorgestern überstülpen zu lassen.

Sinnvoll wäre es, den Bildungsbegriff zu diskutieren und für das Museum erneut zu reflektieren.

Verhältnis zur Schule

Auch im Verhältnis zur Schule ist das Museum unabhängig. Der Vorteil des Museums ist es gerade, anders vorgehen zu können, andere Methoden zu benutzen und mit dem enormen „Heimvorteil“ der authentischen Objekte umgehen zu können; eine Anpassung an Schule ist überflüssig. Und gerade das macht das Museum attraktiv. Es gibt kein Ableitungsverhältnis. Die Angebote sind die eines Dienstleisters und bedürfen einer Attraktivität. Es wäre aber ein grober Fehler, die Definition der Zielgruppe einer Dienstleistung als *eigene* Definition zu übernehmen!

Schule, Zwangslernen und Begrenzung auf eine Zielgruppe kann nicht als „Aura“ dem Museum gelegen kommen. Das Museum sollte sich von solchen Selbstdefinitionen unbedingt fernhalten.

In den einschlägigen Publikationen, z.B. einer älteren wichtigen Publikation „Wege zum lebendigen Museum“ (1987), herausgegeben von Nuisel, Paatsch, Schulze geht es um *Bildungsforschung in Museen*. In jüngeren Publikationen setzt sich der Trend fort.

Bezugsfelder und Arbeitsbereiche

Ein Blick auf die Bezugsfelder und auf die Arbeitsbereiche der Bildungsarbeit im Museum zeigt, daß es sich um ein interdisziplinäres Feld handelt, in dessen Schnittfeld diese Arbeit steht.

Zusätzlich zu der jeweiligen Fachdisziplin des Museums kommen notwendige Kenntnisse und Verknüpfungen zu Soziologie, Philosophie, Geschichte, Erziehungswissenschaften bis hin zu Psychologie und Kommunikationswissenschaften. Die Arbeitsfelder erstrecken sich von Erstellung von Medien wie Videofilme, Texte, Audioguides, Publikationen, Sonderausstellungen bis hin zu personaler Vermittlung und ihrer Reflexion, Fort- und Weiterbildung und Dienstleistungen für Schulen. Die Breite dieses Tätigkeitsfeldes verbietet einen einengenden Begriff wie *Museumspädagogik* und bewirkt durch seine negative Zuschreibung eine Abwehr der beherrschenden Anteile wie Nähe zu Schule, Unmündigkeit und einer curriculum eingegengten Form der Vermittlung.

Image und Marketing

Außerdem läuft er allen Marketing-Strategien einer *positiven Imagebildung* und *Imagetransfers* zuwider – also geht der Schuß für das Museum nach hinten los.

Kulturpolitik

Ein weiteres Feld, in das die Bildungsarbeit des Museums hineinragt, ist die Kultur- und Bil-

dungsarbeit. Dies ist sowohl auf regionaler als auch auf überregionaler Ebene nicht zu unterschätzen. Die Mitgliedschaft im Kulturrat und anderen überregionalen Gremien dokumentiert diese Verbindung.² Auch dieser Bereich bedarf einer weiteren differenzierten Betrachtung.

Ich hoffe, daß für's erste diese Gedanken hilfreich sind und wünsche mir für die Zukunft eine differenzierende Diskussion.³

Julia Breithaupt
Kunstsammlung NRW
Grabbeplatz 5
40213 Düsseldorf

¹ Bei einer Tagung, die jüngst über Jugendprojekte stattfand, distanzierte sich die Veranstalterin dezidiert von Museumspädagogik. Diese sei ja nur für Kinder und Schule bestimmt – bei dieser Tagung handle es sich aber um Jugendliche. Ich konterte und erklärte, daß die Bildungsarbeit des Museums alle diese Bereiche umfasse und beschrieb die Arbeitsfelder, worauf die Diskussion eingestellt wurde.

Dies habe ich bei dieser Gelegenheit von prominenter Stelle gehört – und dazu noch aus dem kulturpolitischen Raum. Dieser Vorfall bestätigt mir, daß der gemachte Unterschied von kulturpolitischer Relevanz ist und keineswegs eine periphere Wortklauberei.

² Siehe dazu die Dokumentation des CECA-Tagung 1990 in Frankfurt/Main: Museumsarbeit und Kulturpolitik, Hg. Schmidt-Herwig und Winter, Frankfurt 1992

³ Literaturtipp: Julia Vollmer, freie Mitarbeiterin in der Abteilung Bildung und Kommunikation der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf hat ihre Diplomarbeit zum Abschluß als Diplompädagogin an der Universität Dortmund im Handlungsfeld Freizeit und Kulturarbeit mit dem Titel: „Joseph Beuys und die Kunst auf dem Weg zum Leben – eine museumspädagogische Begleitung“ vorgelegt.

Julia Vollmer beleuchtet die bildnerische Arbeit, aber auch die des Vermittlers Beuys. Sie setzt sich mit ästhetischem Denken und entsprechenden kunstpädagogischen Ansätzen auseinander und entwickelt in dem Kapitel „Das Museum als permanente Konferenz“ ein Vermittlungskonzept, das eine Reihe von integrativen Vermittlungsansätzen umfaßt, die die konventionellen Vermittlungsstrategien hinter sich lassen und innovative Vorgehensweisen demonstrieren. Die Arbeit fußt auf der Durchführung von Seminaren mit Werken von Joseph Beuys. Kontaktaufnahme über die Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen.

‘hands-on’ in the head

Michael Cassin

Imagine we are in a room, a dark room equipped with comfortable chairs, a slide projector and a screen. Sit back, relax, let me show you some pictures. Maybe you will find them interesting.

The first picture is a cartoon that appeared in the British magazine *Punch* in 1931. It shows the interior of a “traditional” art museum: walls hung with paintings in “Old Master” style frames. In the foreground we can see a “traditional” museum educator: a tall, slim, balding man wearing glasses and a suit. I am myself tall, slim, bespectacled and I often wear a suit at work. As I get older, and my hair gets thinner, I feel a certain sympathy for this man, though I have none whatever for what he’s doing. With glorious self-assurance, he is pontificating. He is reading from a book while he points towards one of the paintings on the wall behind him. He makes no effort to engage his audience: an assortment of “normal” people who stand side by side, with bewildered, apprehensive looks on their faces. If you look carefully you will see that they are handcuffed together, to prevent any of them making a bid for freedom.

It’s a good cartoon. Perhaps we can enjoy it even more now, because we know museum education has come a long way since 1931. Or has it? Sadly, many members of the public still think this is what they will be offered if they go to a lecture in a museum. Even more sadly, perhaps, they might actually be offered this kind of thing if they go to a museum lecture or gallery talk. The content of the talk may be interesting, but the presentation may still be rather distancing – many lecturers (this is true not only of those who talk in museums, of course) are still less interested in engaging their audiences than in demonstrating their own scholarship. They may no longer read directly from books, but many still read directly from a written text, too many (in my opinion) still think that *giving a lecture means reading an article or a research paper out loud*. Reading an article out loud does not turn it into a lecture – the two things are very different.

But it doesn’t have to be this way. Even in relatively “formal” contexts it is possible for serious matters to be presented in engaging ways. A good lecture is a cross between a conversation and a performance; the lecturer might be the only

person talking but the members of the audience are participating in the conversation by reacting, by nodding their heads, etc. A good presentation – what ever the subject – starts from an awareness of who and where the audience is, not from where the lecturer would like them to be. Handcuffs should not be necessary.

The good news is that most museums have recognized that even if they continue to offer formal “script-readings” to adult audiences they have to offer something different to children. We all know (don’t we?) that children have a short attention span (except when they are interested in something, in which case they can spend hours doing it, to the total exclusion of everything else – even, sometimes, food!), and few social graces: when they get bored they will let you know. And we know, too (don’t we?), that children learn by doing rather than by looking or listening or thinking – if you want to engage them in something, particularly something complex, like a work of art, you have to find ways to *bring it down to their level* (which is one of the most insulting compliments I know!) and preferably find a way to include something for them to do with their hands so that the experience will be memorable. With this in mind, museum educators all over the world have come up with all kinds of “exciting” ways of “making art come alive”, the implication being that without these wonderful strategies the art would be dead and dull!

So, my next slide shows a *hands-on* activity designed to make connections between a room full of “Old Master” paintings and a bunch of late 20th-century 9 year olds. Most of the kids in the slide are lying on the floor with their bottoms in the air, drawing, with pastels and colored chalks, their own versions of the oil paintings on the gallery walls. This event is taking place in a gallery, which is better than if it were happening in a “studio” room hung with reproductions, so the kids have a greater chance of making direct connections with the real things. The children are smiling, they seem to be enjoying their time in the museum, and they have something to do with their hands, which surely is a good idea (isn’t it?) because without that they won’t be able to look at the art on the walls for any reasonable length of time without losing interest.

All in all, this sounds great, but is it as good as we think? The children have been given materials that are quite different from those used by the artists who made the images that surround them, they have been asked, at the age of 9, to *make their own Monet*, or whatever, even though the original was made by an adult with an extensive

experience of making paintings, an artist who was working within a social, religious, economic and cultural context quite different from any the children could possibly have experience of. The pictures the children make might be delightful, charming, or not, and they might have a good time making them, but will the activity necessarily lead them to a deeper understanding of why the paintings on the gallery walls are interesting, innovative, worth looking at and thinking about (and preserving)? I wonder.

Before we go to the next slide, let’s pause for a moment and look at the three figures in this slide who are not drawing. Two of them – a boy and a girl – have become bored with the activity (maybe it has reminded them of their limitations: they are bright kids but they are not particularly good at drawing, some people aren’t) and they have stood up to look at, and talk to each other about, one of the paintings on the wall. On the other side of the room, however, the museum educator in charge of the group is gesturing to them in a slightly irritated manner, telling them to get back to work (I promise, I saw this happen). I confess my soul soared in support of the kids. To my mind they were doing the one thing you could do in that room that you could not do anywhere else – they were trying to engage with the art. For them the *hands-on* activity was actually a distraction.

Slide number 3 shows us a 16th-century portrait hanging on a gallery wall. The sitter was a little boy who looks about 9 years old. He is wearing quite an elaborate costume, with a skirt that reaches to his ankles and is buttoned up to the neck. The sleeves are long and tight around his wrists, the whole costume looks unbearably restricting to me (I was born in 1954; I wore old shirts and baggy shorts for much of my childhood). The boy’s face is serious, yet the picture seems to show the child at play – he holds a toy bow and arrow, and various other playthings are scattered around the painted room. Standing in front of the painting we can see a “real live” boy, also about 9 years old, wearing the same kind of costume – not the original, of course, but a reproduction of the costume worn by his painted predecessor. The expression on this boy’s face is difficult to interpret – he could be trying to match the serious expression in the painting or he might simply be bored. But I have a sneaking suspicion there’s something else going on in his head. I think it is very likely he’s thinking: “*It must have been really strange having to dress like this in Olden Times, especially when you want to go and play in the garden with your friends and your bow and arrow*”. If that is what he’s thinking then what is the effect of this activity? Does putting on a

reproduction costume like one from a painting make the painting *come alive*? I doubt it. Does it make the past *come alive*? I doubt that too. I think the contemporary child's lasting memory might well be "*It must have been strange having to dress like this*". Surely we can feel reasonably confident that this is the one thing the child in the painting would not have been thinking. Far from making the past come alive I wonder if we are not planting mistaken impressions about the past in children's heads. As for "art" – maybe the child in the reproduction costume is somehow supposed to absorb something about the painting by some kind of osmosis, through the fibers of the material. But I'm really not convinced that that will happen.

My last slide shows a group of elementary school kids from New York City who spent over 4 hours on a bus to get to the Clark Art Institute. You can imagine what their state of mind was like when they got off the bus and came into the building! The photograph was taken about 20 minutes after they first laid eyes on a real work of art and I'm very proud of it. They have nothing in their hands, they are wearing their own clothes, a member of gallery staff is talking with them (not at them) about a painting hanging on the wall, and the looks on their faces demonstrate their intense interest.

They are kids and kids are often very good at acting but (I hope you will believe me) they are not acting here, there is no pretence in this picture.

Every face is engaged, you can almost see thoughts ticking in every head (including those of the teacher and the accompanying parents) because the painting they are looking at is interesting and the person presenting it to them has found a way to engage them in looking and thinking, and discussing what they are looking at: why it is the way it is, why the artist made the decisions he or she made, etc.

The conversation (and it was truly a conversation, not merely a "*Can you see the dog?*" "*Yes*" question and answer session) went on to include a discussion of how looking at this picture might help them think about their own paintings, or writings, or thoughts, when they leave the museum. No boredom, no lack of concentration, no need for something manual to do. Nevertheless, these kids had the deeply memorable experience engaging with "Old Master" paintings in a museum.

I know it was memorable, I visited them in their school about a month later – the depth and detail of what they retained from the visit is remarkable.

So, am I suggesting that museums are wrong to invest time and energy and financial resources on *hands-on* programs? No, of course not. If these programs really work, if they do effectively the job we want them to do, let's do them. But let's design them very carefully, and think about what they are really leaving in people's heads. And let's not forget the value of simply stopping and looking and thinking and talking. We don't always have to do *hands-on* activities with our hands, we can do them in our heads. I think if we educate people's heads then they can choose for themselves what to do with their hands. It may not always work, but I think it's always worth a try.

Michael Cassin
Curator of Education at the Sterling & Francine Clark Art Institute
225 South Street
Williamstown, MA 01267
USA

He is responsible for all of the Institute's public education programs, particularly those for schools, community groups and the adult general public.

Cassin has a degree in Fine Art from the University of Leeds, in Great Britain.

Before coming to work at the Clark in the summer of 2000, he worked in the education departments of Southampton City Art Gallery and the National Gallery in London, and was for nine years Head of the Education Department at the National Galleries of Scotland. An active member of the International Council of Museums education group, Cassin has lectured and written widely on museum education. One of his last Scottish projects – an anthology of poetry written by children about paintings and sculpture in the Scottish National Gallery of Modern Art – received a Gulbenkian Award in 1999.

kunstbegegnet – Tiere im Kunstmuseum Bonn

Sabina Leßmann

Im Winter 2001/2002 zogen für die Dauer von drei Monaten art-fremde Bewohner in das Kunstmuseum Bonn ein: Präparate aus dem in der Nachbarschaft liegenden traditionsreichen Naturkundemuseum Alexander Koenig fanden temporär Unterkunft an fünf Orten innerhalb der Ständigen Sammlung zeitgenössischer Kunst. In zum Teil Originalvitrinen und -schubladen der Naturkundesammlung, die zwar weniger dem Erscheinungsbild des Kunstmuseums entsprachen, umso mehr aber die Ortsfremde der Objekte betonten, waren die Tierpräparate speziell für bestimmte Räume und Kunstwerke gewählt worden, um die Besucherinnen und Besucher zu empfangen, zu überraschen, zu verunsichern und vor allem in einen ungewöhnlichen Dialog zu verwickeln.

Die Festlegung der Exponate erfolgte innerhalb eines langen überraschungsreichen Prozesses¹. Neben der Auswahl der Präparate entwickelte sich auch das auf alle Objekte bezogene Leitthema *Kommunikation und Sinnesfähigkeiten*. Diesbezügliche Texte zu den jeweiligen Tieren gaben knappe ungewöhnliche Informationen, die

aber weder das Präparat noch die Konstellation im Kunstmuseum erklärten. Bezogen auf das Verhalten und die Eigenschaften der Tiere lag der Fokus auf einer Bewußtmachung der (eigenen) Wahrnehmung und damit auch auf dem Erleben von und der Kommunikation über Kunst, deren Erscheinung, Bedeutung und Wahrnehmbarkeit. Dabei bewegten wir uns beide – als Biologin und als Kunsthistorikerin – mit jeweils einem Bein im Neuland, und gerade ein solches fachgebietübergreifendes Arbeiten erwies sich als bereichernd und herausfordernd zugleich.

Ein Grauwolf (als aus dem Kaukasus stammendes osteuropäisches Exemplar mit beträchtlichen Ausmaßen!) empfing die Besucherinnen und Besucher, bereits von der Treppe her sichtbar, im Raum mit Arbeiten von Anselm Kiefer. Vor der großformatigen Arbeit „Lilith“ (1990), insbesondere vor deren zerfurchten Strukturen aus Sand, Ton und Haaren verband sich das ausgestopfte farbgleiche Tier wie mit einer Landschaft, die selber höchst beunruhigend und unerklärlich wirkt. Der Wolf – mit seinen ausgeprägten Sinnesorganen und hoch entwickelten sozialen Kompeten-



Chamäleons vor
G. Richter:
„256 Farben“,
1974
Foto: Kunst-
museum Bonn.
Reni Hansen



einandersetzung mit dem Schädel wiederfinden konnten.

Wenige Säle weiter hatten drei Chamäleonarten ihren Platz neben Gerhard Richters Gemälde „256 Farben“ (1974) eingenommen. Die Fähigkeit zum Farbwechsel war erloschen, das Potenzial aber immer noch erahnbar. In drei Grüntönen präsentierten sich die – auch in lebendigem Zustand zeitweise so starren – Exemplare in der Vitrine. Gerhard Richters Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Realität, Abbild, Bild, Malerei, sein konstantes Infragestellen von Wirklichkeit, Künstlichkeit und Wahrnehmung fanden in dieser Konfrontation einen anregenden, zugleich auch humorvollen Kommentar. Was ist erahnbar, sichtbar, real? Bis heute kann die Wissenschaft nicht erklären, wie zwei unterschiedliche Bilder aufgrund zweier sich unabhängig voneinander bewegenden Augen im Gehirn der Echse gleichzeitig verarbeitet werden: Bleiben es zwei Bilder zweier Augen oder kommt es zu einem neuen dritten, zu einer Synthese? Vielleicht hätte auch Gerhard Richter daran seine Freude, daß es sich bei diesen Chamäleonarten gar nicht um Präparate im eigentlichen Sinne handelt: Von den ursprünglichen Reptilien wurden Abgüsse aus Kunststoff hergestellt, um diese anschließend zu bemalen. Also reine *Kunstprodukte!*

*Wolf im Sammlungsraum mit Arbeiten von A. Kiefer
Foto: Kunstmuseum Bonn.
Reni Hansen*

zen – stimmte zugleich ein in das Thema *Kommunikation mit/über/von Kunst*. Die hier ausgelegten Informationsblätter luden ein zu den bevorstehenden Begegnungen, zu weiteren *Interferenzen* in vier Sammlungsräumen.

In der Mitte des mit vier Gemälden von Gottfried Graubner bestückten Raumes befand sich eine Vitrine mit dreizehn Vögeln. Den voluminös wirkenden Gemälden des „Assisi Zyklus“ (1986) („Die Quelle“, „Der Traum“, „Sonnengesang“, „Die Vögel“) standen die eher fragil und unscheinbar wirkenden Vögel in krassem Gegensatz gegenüber. Neben dem inhaltlichen Berührungspunkt zur Legende des Hl. Franziskus von Assisi stach in starkem Maße der ästhetische Bezug in Hinblick auf die Farbigkeit ins Auge. Die anfängliche Irritation wich der Lust am Schauen und Vergleichen, dem Erkennen und Interpretieren von Farbe.

Formale Parallelen standen auch bei der Gegenüberstellung von Gemälden der „Mike Hammer“-Serie A. R. Pencks² mit einem Elefantenschädel im Vordergrund. Verblüffende Korrespondenzen schärften den Blick sowohl für das Auffinden der Schädel- und Kopfformationen in den Gemälden Pencks als auch für die höchst diffizilen faszinierenden Strukturen des Knochenapparates. Pencks Gemälde kreisen thematisch um die Frage nach strukturellen Funktionszusammenhängen und den Möglichkeiten ihrer Sichtbarmachung – Aspekte, die sich unvermittelt in der Aus-

Neben dem begehbaren „Wachsraum“ (1992) und den „Wachshäusern“ von Wolfgang Laib präsentierten zwei Schubladen ungefähr 250 ein-



*Vögel vor G. Graubner: „Zyklus Assisi – Die Vögel“, 1986
Foto: Kunstmuseum Bonn.
Reni Hansen*

heimische Bienen – eine kleine Auswahl aus der im Rahmen einer Diplomarbeit zusammengestellten Sammlung, welche verschiedene Typen von Bienen einer nahe an Bonn gelegenen Region erforschte. Die Präparate bewirkten in diesem Raum eine extreme Umstellung des Blicks auf Details: Hinübergebeugt und konzentriert vergleichend entwickelte sich ein Gespür für Unterschiede, Größenverhältnisse, Farbigkeit und spezifische Merkmale. Der nachvollziehbare naturwissenschaftliche Umgang in Form des Sammelns, Aufspießens, Beschilderns und In-Kästchen-Ordners vermochten eine Reflexion in Gang zu setzen über Natur, Fragilität, Kostbarkeit, Vielfalt, Einmaligkeit, Respekt und Sich-Verfügbarmachen – Aspekte, die im Werk Wolfgang Laibs von Bedeutung sind.

Die Reaktionen der Besucherinnen und Besucher waren positiv, selten verständnislos oder gar ablehnend. Die *Stolpersteine* im Kunstmuseum Bonn entstammen einer Sammlung, deren Exponate wir gewohnheitsmäßig vorbehaltlos und neugierig aufsuchen. Obwohl wir in der Regel wenig über das Verhalten der Tiere, über Kommunikationsformen, Gehirnfunktionen oder den Bewegungsapparat wissen, stellt sich im Naturkundemuseum oder auch im Zoo doch spontan die Lust am Schauen, die Bereitschaft zum Beobachten und auch eine nicht-problematisierte Akzeptanz des Nicht-Wissens ein – Aspekte, die sich im Umgang mit zeitgenössischer Kunst oft anders darstellen. Zudem bereichern gerade präparierte Tiere – als Paradigmen des Lebendigen und Toten zugleich sowie als Stellvertreter einer Spezies – einen Dialog über Künstlichkeit, Kunst, Lebendig-

keit und Individualität³. Zeitgenössische Kunst ist so kommentarbedürftig wie die Realität selbst. Jeder Kommentar vermittelt Inhalte und Leerstellen zugleich, er kann ebenso sinnvoll wie auch verwirrend oder störend sein. Auch die Tiere im Kunstmuseum Bonn erhoben nicht den Anspruch auf Definitionen und Unterweisungen, wohl aber auf Aufmerksamkeit und Assoziationen.

Das *Gastspiel* des Museum Koenig im Kunstmuseum Bonn stand unter dem Titel *kunstbegegnet* und bildete den Auftakt zu einer Reihe, die in den kommenden Jahren verschiedene Institutionen und Sammlungen dazu einladen möchte, mit zeitgenössischer Kunst in einen ungewöhnlichen Dialog zu treten. Kaum etwas oder jemand aber wird derart klangvoll-verstummt-zutraulich-majestätisch die Sammlung *beleben* wie die toten Tiere.

Dr. Sabina Leßmann
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Abt. Museumspädagogik
Kunstmuseum Bonn
Friedrich-Ebert-Allee 2
53113 Bonn
Tel.: 0228-76224
sabina.lessmann@bonn.de

¹ Entstanden ist dieses Projekt in Zusammenarbeit mit Sabine Heine, Museum Alexander Koenig, Bonn.

² A. R. Penck, eigentlich Ralf Winkler, wählte als Künstlernamen den des Geomorphologen Albrecht Penck und begibt sich damit selbst an eine Schnittstelle zwischen Bildender Kunst und Naturwissenschaft.

³ Siehe dazu: John Berger, *Why look at animals*. In: J. Berger/J. Laslocky (Hrsg.), *About looking*, Vintage Books, 1992

Mission impossible?

Museumspädagogik im Kunstmuseum. Eine Momentaufnahme

Christiane Heuwinkel

Kunsthalle Bielefeld, ein beliebiger Wochentag, 9:30 Uhr. 30 neugierige Grundschüler sind zum ersten Mal zu Besuch. Was erwartet sie hier? Die museumspädagogischen Mitarbeiterinnen fragen: „*Welches Museum habt ihr schon gesehen?*“ – „*Das Bauernhausmuseum*“, „*Die Spinnenausstellung im Naturkundemuseum*“, „*Da gab es auch Autos und so*“ – erste Erfahrungen von neugierigen Kindern werden ausgetauscht.

Irgendwer sammelt also irgendwas und irgendwer guckt sich die Sachen an. Und dann fragen wir. Warum sammelt ein Kunstmuseum? Was

zeigt es? Wir versuchen zu erklären. Was Kunst ist. Warum Kunst wichtig ist. Was die Kunst uns sagt über uns und die Zeit, in der wir leben. Und dann sind wir mittendrin. Schauen uns die Bilder und Skulpturen an. Merken, daß sich die Erfahrungen und die Fragen von Grundschulern grundsätzlich nicht unterscheiden von denen der erwachsenen Besucher. Daß deren Sensibilität mindestens so groß ist wie die der „kunsterfahrenen“ Besucher.

Eine der einschneidendsten Erfahrungen als Museumspädagogin war es für mich zu lernen,

daß die Fragen unserer Besucherinnen und Besucher, egal wie jung oder alt, (beinahe) egal wie museumserfahren und -gebildet oder nicht, häufig ähnlich sind. Daß ein unbändiges Fragebedürfnis vorhanden ist. Und daß man es befriedigen möchte – aber wie?

Die „klassische Führung“, das wissen wir alle, ist einerseits unverzichtbares Kernstück jeden museumspädagogischen Handelns, andererseits kann sie auch extrem unbefriedigend sein – für Sender wie für Empfänger. Eine Führung so zu gestalten, daß die übliche Stunde nicht als verschwendete Lebenszeit, sondern als Bereicherung erfahren wird, ist eine Kunst für sich.

Aber nicht die hohe Kunst der Führung möchte ich an dieser Stelle thematisieren, vielmehr einige museumspädagogische Ideen und Konzepte vorstellen, die die Kunsthalle Bielefeld im Rahmen der Ausstellung „Die unheimliche Frau – Weiblichkeit im Surrealismus“ (2.9. – 18.11.2001)¹ präsentiert hat, um ein Schlaglicht darauf zu werfen, wie wir eine Ausstellung, die einerseits wohl als „speziell“ einzustufen ist, andererseits von uns als „Frauensammlung“ durchaus als publikumswirksam eingeschätzt wurde, zu vermitteln suchten.

Wie weit uns diese Aufgabe gelungen ist, können natürlich nicht wir beantworten, sondern nur unsere Besucher. Und wenn ich von *uns* spreche, dann meine ich auf der einen Seite die Ausstellungskuratorin, Dr. Angela Lampe, die für Marketing und Werbung verantwortliche Mitarbeiterin Angela Bruning und mich als für Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit (mit dem Schwerpunkt Pressearbeit) Verantwortliche als die hauptamtlichen Mitarbeiterinnen der Kunsthalle. Dazu kommt das Team von zwölf freien Mitarbeiterinnen, die von den thematisch um die Ausstellung gruppierten Malkursen für Kinder und Erwachsene auch die Gruppenführungen, die Führungen für Kindergärten und Schulen wie auch die vielen Sonderveranstaltungen betreuten.

Eine der Grundüberlegungen war es, wie wir die Faszination der Surrealisten für die Unheimlichkeit von Frauen transportieren konnten. Die Wahl des Plakat-, Katalog- und Anzeigenmotivs fiel auf ein nahezu unbekanntes Gemälde des ebenfalls wenig bekannten belgischen Malers Felix Labisse, „Eine junge Feige posiert eine Verkündigung für Leonardo da Vinci“. Die Wahl der „Jungen Feige“ war eine gemeinsam getragene Entscheidung für ein einerseits beinahe süßlich wirkendes Madonnen-Motiv, das andererseits rätselhaft, durchaus hermetisch und sogar blasphemisch ist. Erste Spontan-Reaktionen hatten das Motiv als heutzutage geradezu rührend harmlos wirkend kommentiert („diese reizende kleine Feige“), andere Stimmen, geprägt von einem feministi-

schen Tunnelblick, prangerten die angebliche Frauenfeindlichkeit dieses Motivs an.

Während das Leitmotiv der Ausstellung ausdrücklich unter dem Kriterium gewählt wurde, kontroverse Reaktionen auszulösen, konzipierten wir das museumspädagogische Veranstaltungsprogramm bewußt „vermittelnd“. In einer bereits im Herbst 2000 von Angela Bruning initiierten Reihe „Hallo Nachbarn!“ trafen sich in der Laufzeit der „Unheimlichen Frau“ in jeder Woche dienstags um 19 Uhr (nach der regulären Öffnungszeit, am Feierabend) die Bewohner ausgewählter Straßen und Nachbarschaften in Bielefeld zu einer exklusiven Veranstaltung im Museum. Bei einem Glas Prosecco etc. plauderten wir mit den sich manchmal untereinander kennenden, sich häufig jedoch noch unbekanntenen „Nachbarn“ der Kunsthalle. Wir stellten das Museum, seine Konzeption und natürlich die „unheimliche“ Ausstellung vor. Außerhalb des täglichen Alltagsstresses kamen sich die Nachbarn und die MitarbeiterInnen des Hauses näher: von der Aufsichtskraft, die die „Bar“ übernahm, über die für die Kinder – freier Eintritt für sie übrigens! – verantwortliche Honorarkraft, hin zu den für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit/ Museumspädagogik Zuständigen. Wir selbst gerieten in die Rolle von Gastgeberinnen, die das Publikum dankbar als „Gäste“ spiegelte. Keine Veranstaltungsreihe der Kunsthalle zuvor hatte einen solch großen Rücklauf auf unser Mailing und auch so zahlreiche, individuelle und auch einhellig positive Reaktionen wie diese bewußt niederschwellig gehaltene „Low Brow“-Aktion. Viele „Nachbarn“ antworteten mit persönlichen Schreiben auf diese Initiative, begründeten sogar ihr Fernbleiben und wünschten guten Erfolg bei dieser als außergewöhnlich anerkannten Veranstaltungsreihe. Die Nachbarn selbst tauten auf, fragten uns nach Dingen, die sie über das Museum immer hatten wissen wollen, aber nicht zu fragen wagten – weil keine Gelegenheit dazu war – und genossen die Atmosphäre abendlicher Entspannung und Exklusivität. Und uns wurde dabei deutlich – ohne kostspielige und arbeitsaufwendige Besucherumfrage, quasi als Nebenprodukt – was die Besucher wirklich von uns wollen, und was sie im Museumsalltag vermissen: eine gastliche Atmosphäre, die Abendöffnung, Ansprechpartner, die nicht belehrend oder gar überlegen wirken, sondern kompetent, aber bescheiden, und auch die Möglichkeit, die Kinder selbstverständlich mitbringen zu können und zu erleben, wie die Museumspädagogik funktioniert.

Bei der Erstellung des museumspädagogischen Programms für die Schulen stand die mit 140 Teilnehmenden sehr gut besuchte Veranstaltung

für Lehrende mit dem Titel „Unheimliche Frauen in der Schule“ in der ersten Ausstellungswoche im Zentrum. Ich gab eine kurze Einführung in das Ausstellungsthema sowie einige Anregungen zur Vor- und Nachbereitung der Ausstellung im Unterricht. So stellte ich den so genannten „Steckbrief“ vor: „Wanted! Gesucht wird die unheimliche Frau!“, ein möglicher Auftakt eines Schulklassenbesuchs ohne Führung durch den museumspädagogischen Dienst. Weiterhin erläuterte ich unser Führungskonzept bei Schulklassenführungen. Zwar war uns – sowohl dem Team der freien Mitarbeiterinnen als auch mir – bewußt, daß sich in der Ausstellung auch wenige „das sittliche Empfinden verletzen könnende“ Werke befanden, die wir in den Kinderführungen aussparen wollten, doch standen zwei etwas problematischen Räumen fünf sehr geeignete Räume gegenüber. Schulen der Sekundarstufen I und II nutzten unser Veranstaltungsangebot mit intensiver, also auch durchaus kontroverser und fruchtbarer Diskussion. Die GrundschullehrerInnen verzichteten – leider – auf die „unheimlichen Frauen“ und nahmen mit der ständigen Ausstellung des Museums vorlieb, einer Auswahl von Werken der Klassischen Moderne.

Viele positive Reaktionen erhielten wir auf unsere „unheimlichen“ Führungen bei Taschenlampenlicht. Ausgangspunkt für die Taschenlampenführungen war eine Gruppe von Fotografien in der Ausstellung, die die vierte Surrealistenausstellung in Paris dokumentierte, bei der, laut Man Ray, der Strom ausgesetzt hatte, so daß alle Besucher der Vernissage gezwungen gewesen waren, mit der Taschenlampe bewaffnet die Ausstellung zu entdecken. Als Hommage daran boten wir zwei „unheimliche Führungen“ in „unheimlichen Licht“ bei „unheimlicher Musik“ an. Jeweils etwa 90 Besucher mit kleinen Funzeln, Grubenlampen oder Punktstrahlern bewaffnet, genossen einen Abend kontrollierter Anarchie: Nur was sie sehen wollten, wurde sichtbar, hell, überstrahlt sogar, so daß jede(r) genauer hinsehen mußte, um etwas zu entdecken, was dann, häufig im Gespräch mit dem Lampenträger von nebenan, zwanglos diskutiert wurde.

Weiteres Licht in die Dunkelheit brachten zwei Führungen für Blinde und Sehbehinderte, die die Kunsthalle Bielefeld in unregelmäßigen Abständen etwa sechs Mal pro Jahr anbietet. Blinden und Sehbehinderten eine Ausstellung von Gemälden, Zeichnungen und plastischen Arbeiten zu vermitteln, mag auf den ersten Blick (sic!) als „mission impossible“ par excellence erscheinen. Doch erscheint mir diese Idee, je länger ich sie verfolge, immer logischer, zeigt sie doch die gar nicht so große Distanz zwischen den Fragen der Sehenden und denen der nach meiner Bildbeschreibung

Imaginierenden auf. Die Einfühlung in sei es das visuell Dargestellte oder das verbal Vermittelte weist erstaunliche Kongruenzen auf, so daß inzwischen immer häufiger auch Sehende bewußt diese Führungen – als blinde Passagiere sozusagen – mitmachen. So ergibt sich zwanglos in jeder Führung eine Diskussion über Wahrnehmung – angestoßen ausgerechnet von Blinden in einer visuell konzipierten Ausstellung.

Weitere Veranstaltungen möchte ich an dieser Stelle nur kurz erwähnen: eine Schreibwerkstatt mit „unheimlichen Texten“ etwa, inspiriert von den Traumprotokollen und der *écriture automatique* der Surrealisten um Breton und Soupault, in der die Besucher, vor den Kunstwerken sitzend, Texte verfaßten, die keine Bildinterpretation im herkömmlichen Sinne sein sollten, aber durch verschiedene Techniken des kreativen Schreibens die unmittelbaren Sinneseindrücke festhielten und zu interessanten Texten bündelten. Die Besucherinnen und Besucher staunten beim gegenseitigen Vorlesen der Texte, wie viel sie in ihrem spontanen, unkontrollierten Schreiben über die Werke selbst heraus bekamen, wie ähnlich ihre Beobachtungen waren, wie tiefgreifend die angeblich „sinnlosen“ Spontantexte die Kunstwerke erfaßten und auch wie faszinierend deren Sprache war. Zur Stärkung des Selbstvertrauens in die eigene Wahrnehmung, zur Entdeckung ihrer Sensibilität im Umgang mit den Kunstwerken kann ich die Methoden des kreativen Schreibens für ältere Schüler und Erwachsene nur empfehlen.

Weiterhin organisierten wir eine Lesung surrealistischer Texte mit Hanna Schygulla, ein Filmprogramm mit dem frühen französischen Stummfilm der französischen Filmavantgardistin Germaine Dulac „La Belle Dame sans Merci“ („Die schöne Dame ohne Gnade“) und ein *Blind Date*, eine „Begegnung mit dem (der) Unbekannten“. Zu diesem Abend luden wir die Besucher ein, Künstler-(Ehe-)Paare und nette Leute kennenzulernen. In kleinen spielerischen Aktionen stellten wir die Künstler-Paare der Ausstellung vor und luden die Besucher ein, selbst kreativ zu werden.

Fazit

Meine Vorstellung des Veranstaltungsprogramms im Rahmen der Ausstellung „Die unheimliche Frau – Weiblichkeit im Surrealismus“ mag vielleicht ein Schlaglicht werfen auf die Grundfrage der Vermittlung von Kunst im Museum. Ist unsere „mission impossible“ or not?

Große Probleme haben wir mit der Bewältigung der Angst vor dem Unbekannten, d.h. mit Künstlernamen, die nicht allen vertraut sind (Stichwort Picasso-Ausstellungsreihe versus

Hiroshi Sugimoto oder Donald Judd als Künstler unseres diesjährigen Ausstellungsprogramms). Besonders die Kindergärten und Schulen stellen sich als ausgesprochen konservativ heraus in der Weise, daß eher Künstler oder Themen, die – vielleicht aus der eigenen Schulzeit oder Lebenswelt – vertraut sind, für die Lernenden akzeptiert werden. (Stichwort Expressionismus: Macke, Munch, Münter et alii).



Nur das persönliche Vertrauen in die Institution scheint als Korrektiv wirken zu können. Für uns stellt sich damit die Vertrauensfrage: Gelingt es uns, ein Grundvertrauen in unsere Arbeit herzustellen, so daß man uns (blind) trotz „schwieriger“ oder „nicht geeigneter“ Ausstellungsthemen besucht? Oder müssen wir einem Unverständnis entgegensteuern, das sich als Nicht-Besuch manifestiert, indem wir vom Ausstellungsprogramm unabhängige, „geeignete“, museumspädagogische Ausstellungen entwickeln? Mit dem Risiko, daß uns die Schulen und Kindergärten besuchen, um an einem didaktischen Programm teilzunehmen, das weder durch den musealen Eigenbesitz noch durch das Ausstellungsprogramm gedeckt wird?

So basisnah, niederschwellig ein Vermittlungsprogramm auch sein sollte, um niemanden abzuschrecken, vielmehr zum Ziel haben sollte, neue Besuchergruppen und -schichten für die Kunst hinzu zu gewinnen, so wenig spekulativ das Niveau unterschreitend sollte es meiner Meinung nach sein. Keine plumpe Animation mit austauschbarer inhaltlicher Füllung, vielmehr Schärfung des Bewußtseins für die Spezifika des Kunst-

museums, seine grundsätzlichen inhaltlichen Zielsetzung und seine Ausstellungsprogramme muß das Ziel der Vermittlung sein. Ich denke dabei an die weniger gelungenen Umsetzungen der Idee des Kindermuseums ohne originale Kunstwerke hin zum reinen Aktionsprogramm.

Vermittlung, das habe ich in der überwiegend glücklichen, aber auch in einer Zielgruppe, den Grundschulen, nicht gelungenen Kommunikation während dieser beispielhaft vorgestellten Ausstellung gelernt, bedeutet für mich immer stärker nicht allein die Vermittlung spezifischer Ausstellungsinhalte, vielmehr die Schaffung der Voraussetzungen dafür: die Erzeugung von Neugier und auch Schärfung des Bewußtseins für die Museumsarbeit überhaupt. Erst wenn die Besucher – egal welchen Alters, welcher Schicht – sich mit ihrem Museum identifizieren, ist das Grundvertrauen da, auf dem eine inhaltliche Vermittlung produktiv werden kann.

Vorsichtig gefragt:
Mission possible?

Leonor Fini:
„Die unheimliche Frau“,
1939.
(Sammlung
Ulla u. Heiner
Pietzsch)

Dr. Christiane Heuwinkel
Kunsthalle Bielefeld
Arthur-Ladebeck-Str.5
33602 Bielefeld
Tel.: 0521/329995017
heuwinkel@kunsthalle-bielefeld.de

(Vortrag zur Tagung „Die Museumspädagogik in der Museumslandschaft Ostwestfalen-Lippe“, 10.12.01, Weserrenaissance-Museum Brake bei Lemgo)

¹ „Die unheimliche Frau. Weiblichkeit im Surrealismus“ Edition Braus 2001, 25,59 EUR (Museumsausgabe vergriffen)

Erlebnis-Gemeinschaft

Die Vermittlungsarbeit sollte ihre Aufgabe darin sehen, alle Gesellschaftsschichten zu erreichen und den Menschen einen Zugang zur ästhetischen Rezeption zu ermöglichen. Verstehen erfolgt über Kommunikation, und Kommunikation funktioniert am lebhaftesten in der Gruppe.

Die jüngsten Museumsbesucher erleben immer gemeinschaftlich. Für Kindergärten und Grundschulen gehören Ausflüge und das Kennenlernen verschiedener Institutionen und Freizeiteinrichtungen sowieso zum pädagogischen Programm.

Wendet man sich Jugendlichen zu, dann sind besondere Strategien gefordert, sie für die Sache zu gewinnen. Es müssen Konzepte entwickelt werden, die, an jugendliche Denkstrukturen anknüpfend, kreativen Eigeninitiativen Raum geben. So entstehen Interessengemeinschaften, welche die jungen Menschen in ihrer Freizeit zusammenbinden.

Für erwachsene Besucher werden Programme entwickelt, mit denen das Interesse an der Sache geweckt werden soll. Werden diese Programme regelmäßig angeboten, werden sie von den regelmäßig daran teilnehmenden Menschen als etwas persönlich Wertvolles empfunden, das in ihrem Alltagsleben einen besonderen Platz einnimmt.

Deutsch lernen vor Bildern

Ein Kurs für Deutschlernende in der Gemäldegalerie am Kulturforum und in der Alten Nationalgalerie Berlin

Carola Marx

Im Mai/ Juni 2002 boten die Besucherdienste der Staatlichen Museen zu Berlin zum ersten Mal einen sechsteiligen Kurs an, der die Auseinandersetzung mit Kunstwerken mit der Vermittlung sprachlicher Fähigkeiten kombiniert. Aufgrund des großen Interesses fanden zwei Kurse statt. Spielerisch und kreativ oder analytisch, mündlich oder schriftlich, in der ganzen Gruppe, einzeln oder paarweise, setzten sich die Teilnehmer aus Europa, Asien, Nord- und Südamerika mit unterschiedlichen Bildern auseinander. Drei Veranstaltungen fanden in der Gemäldegalerie statt, drei in der Alten Nationalgalerie. Es wurden jeweils mehrere Bilder zu einem Thema betrachtet, wobei die ausgewählten Themen in den beiden Häusern korrespondierten.

Es ging z.B. um religiöse Geschichten bei ter Brugghen und Rembrandt, um historische Szenen von Menzel und Klinger, um den Tod auf Bildern des Jüngsten Gerichts und in Darstellungen von Böcklin, Segantini und Beckmann.

Für die Teilnehmer im Alter zwischen 17 und 60 Jahren war die Vermittlung von kunsthistorischem Wissen, bzw. von Strategien zur Bildbetrachtung genauso wichtig wie die Entwicklung ihrer sprachlichen Fähigkeiten (laut Auswertung) – ein hoher Anspruch! Die Atmosphäre in den Museumsräumen, die Präsenz der Bilder, das gemeinsame Interesse an ihnen und an den Sicht-

weisen der anderen Teilnehmer baute sprachliche Hemmungen schnell ab und führte so zu spannenden und interkulturellen Diskussionen, die uns oft unsere individuellen Standpunkte und Sichtweisen bewußt machten.

Dieser Kurstypus eröffnet eine weitere Möglichkeit, interessierte Nichtmuttersprachler an eine kontinuierliche Beschäftigung mit Kunstwerken in einem Museum heranzuführen, oder ihnen überhaupt erst einen Zugang dazu zu erschließen. Das Ziel, die sprachlichen Fähigkeiten auszubauen, vergrößert die Bereitschaft an einem Kurs teilzunehmen und sich in diesem Rahmen auch mit noch unbekanntem Themen zu beschäftigen. Fast die Hälfte der 20 Teilnehmer hatte eins der beiden Museen vorher noch nicht besucht, einige kannten weder die Gemäldegalerie noch die Alte Nationalgalerie. Zudem ist es ein Angebot für ein gleichberechtigtes Miteinander verschiedener Kulturen im Museum. Ein Fortsetzungskurs und die Wiederholung des ersten Kurses finden ab Oktober 2002 statt.

Der Kurs wurde durchgeführt von Carola Marx und Kolja Kohlhoff, freie Mitarbeiterinnen der Besucherdienste der Staatlichen Museen zu Berlin, Carola Marx ist außerdem Lehrerin für Deutsch als Fremdsprache.

Carola Marx, Chodowieckistr. 11, 10405 Berlin,
marxcarola@yahoo.de

Moderne Kunst lebt von der Wahrnehmung und die Wahrnehmung liegt im Betrachter!

Simone Streck

Ein Museumsnachmittag mit einer Gruppe psychisch erkrankter Erwachsener in der Städtischen Galerie in Herne 2001

Die moderne Kunst unserer Zeit zeigt sich häufig in sehr reduzierten und metaphorischen Abbildungen, die ihre Aussagen allein über Farben und Formen zu vermitteln versuchen.

Das Konzept einer Führung durch eine solche Ausstellung basiert auf einem theoretisch-praktischen Vermittlungsansatz zwischen einer Besuchergruppe gleich welchen Alters und dem Museumspädagogen. Zu jeder Gruppe werden spezifische und von daher natürlich auch unterschiedliche Vermittlungskonzepte erarbeitet, die sich in der Durchführung bewähren müssen.

Ziel dabei ist es immer, die Besucher zu motivieren und ihnen die Führung kurzweilig und angenehm zu gestalten, so daß sie gar nicht merken, wie viele fachliche Informationen enthalten sind, die zum Verständnis und zur eigenen Begeisterung bei der Betrachtung der Werke führen.

Wie verhält es sich aber dabei mit einer Gruppe von Leuten, die aus den verschiedensten Beweggründen nervlich und psychisch erkrankt sind und aufgrund dessen in einer Klinik betreut werden müssen?

Wie führt man diese Gruppe mit Hilfe von moderner Kunst für wenige Augenblicke in die Unbeschwertheit? Wie findet man überhaupt erst einmal den Zugang?

Das sind Fragen, mit denen auch ich konfrontiert worden bin, als sich eine 12-köpfige Gruppe aus einer psychiatrischen Einrichtung der Stadt Herne in der Städtischen Galerie des Emschertalmuseums – in der ich damals als Museumspädagogin und Kunsthistorikerin tätig war – zu einer solchen Führung anmeldete. Die Galerie zeigt schwerpunktmäßig zeitgenössische Malerei und Zeichnung. In diesem Fall wurde die Retrospektive eines kurz zuvor verstorbenen Herner Künstlers namens Günter Dworak gezeigt, der – grob bezeichnet – religiöse Themen auf sehr abstrakte Weise zur Darstellung gebracht hat.

Erfahrungen hinsichtlich der Individualität der verschiedensten Gruppen hatte ich hinlänglich erworben, stützte mich folglich darauf und erarbei-

tete in der Vorbereitung eine Art „roten Faden“, der uns durch die Ausstellung führen sollte.

Thematisch und kompositorisch waren die Arbeiten des Künstlers sehr griffig, so daß es möglich war, sich über punktuell ausgewählte Werke ein Gesamtbild über das Oeuvre und über den Künstler selbst zu verschaffen. Des weiteren wollte ich es von der Gruppe abhängig machen, jeden Einzelnen am Ende selber noch einmal praktisch kreativ werden zu lassen.

Während der ersten Viertelstunde der Führung traten mir die Teilnehmenden mit Neugierde, Skepsis und auch Unsicherheit entgegen, die sich in Form von verstohlener Beobachtung meiner Person spürbar äußerte. Besonders auffallend hingegen war jedoch das offensichtlich bei allen vorhandene starke Interesse an der Ausstellung.

Es brauchte eine Weile, bis die Gruppe sich allmählich entspannte und sich auf das neue Umfeld einlassen konnte. Direktes Ansehen und Anreden über das zu Sehende eröffneten mir nach und nach einen gewissen Zugang zu einigen Teilnehmenden, so daß aus der anfänglichen Stille, die nur meine Stimme durchbrach, am Ende eine muntere Plauderei wurde. Kunst konnte in diesem Fall deutlich als Auslöser zur aktiven Kommunikation erfahren werden. Auf diese Weise atmosphärisch positiv beflügelt stellte ich dann am Ende der Führung die geplante kreative Eigenarbeit zur Disposition.

Auffallende Unsicherheit machte sich plötzlich breit, Selbstzweifel und Angst vor den Anforderungen wurden geäußert. Einige Teilnehmer wandten sich ab, sahen ängstlich in eine andere Richtung oder verließen leise murmelnd den Raum.

Einige jedoch traten mir – wenn auch unsicher, aber deutlich freudig erregt – entgegen und wollten Näheres über diese Aufgabe erfahren.

Nachdem alles erklärt war, saßen 11 von 12 Teilnehmern mit Prägefolien, weißem Papier und farbigen Öl- und Pastellkreiden an den Werk-tischen und taten die ersten zögerlichen Striche. Einige wirkten sehr konzentriert und überlegten lange, andere arbeiteten vollkommen impulsiv und spontan. Auffallend daran war, daß sich jeder

ganz und gar für sich beschäftigte und den Nachbarn weder als störend noch als „Orientierungshilfe“ wahrnahm.

Etwas jedoch, das während der gesamten Tätigkeit zu beobachten war, beeindruckte mich besonders. Es schien tatsächlich so, als hätten alle Teilnehmenden für einen Augenblick während ihrer Tätigkeit eine Art Unbeschwertheit erreicht, in der es möglich wurde, über Farben und Formen dem eigenen, inneren Empfinden Ausdruck zu verleihen.

Auch das Ergebnis verblüffte, denn kein fertiges Werk war durchschnittlich! Es entstanden zwei extreme Ausdrucksformen: zum einen sehr auffallend farbige, hell und aktiv wirkende Bilder, zum anderen sehr undurchsichtige, dunkel und leblos anmutende Bilder.

Ein abschließendes kurzes Gespräch über das gemeinsam Erlebte eröffnete mir von Seiten der Gruppe eine offene, positive und herzlich-warme Aufnahme des Nachmittags.

Ähnlich positiv erlebte ich einige Wochen später ein weiteres Treffen, zu dem ich in die Klinik eingeladen wurde, um das Thema erneut, dann aber direkt vor Ort aufzugreifen. Auf dem Gelände der Klinik befindet sich eine Kirche, deren Portal vom oben genannten Künstler gestaltet worden ist.

Die Teilnehmenden vor Ort empfingen mich freudig und aufgeschlossen. Es waren mehr als beim ersten Besuch in der Galerie und einige sprachen mich direkt noch einmal auf das dort gemeinsam Erfahrene an. Der nun folgende Nachmittag vor dem Portal und auch in der Kirche, wo noch einige weitere Werke des Künstlers zu entdecken waren, wurde zu einem munteren und fröhlichen Beisammensein.

Mein angestrebtes Ziel als Museumspädagogin, einer besonderen Gruppe von Erwachsenen anregend und motivierend Kunst zu vermitteln, hatte sich für mich durch das dankbare und interessierte Verhalten der Gruppe positiv bestätigt. Der gewagte und geglückte Versuch, auch praktisches Arbeiten anzubieten, wirkte derartig motivierend, daß die Gruppenmitglieder auch nach unseren gemeinsamen Treffen weiter künstlerisch-kreativ in den Werkräumen der Klinik arbeiteten.

Simone Streck M.A.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Westfälisches Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte
Münster
Domplatz 10
48143 Münster
Tel.: 0251/5907115
s.streck@lwl.org

Herr Chodowiecki und der Bleistift

Doris Edler

Das sind sie wieder, plaudern nett miteinander und warten auf das Startsignal. Es ist der zweite Donnerstag im Monat, 15 Uhr, Seniorennachmittag im Museum.

Sie sind 55 bis 90 Jahre alt, mehr oder weniger mobil, aber – und das vor allem – an Kunst interessiert. Sie haben sich schon auf den Termin gefreut, vorsichtshalber angerufen, ob er auch nicht ausfällt. Sie haben sich mit Freunden verabredet, um gemeinsam zu kommen. Einige sind wieder dabei – nach einer langen Erkrankung. Sie sind mitteilend und informieren mich über interessante Ausstellungen, die ich unbedingt sehen müsse. (Tipps, die mir sehr willkommen sind!) Bevor es also so richtig anfängt, reden wir über dieses und jenes, und die Stimmung könnte nicht besser sein.

Das Thema ist bekannt: „EinBlick in die Grafiksammlung – Zeichner: Daniel Chodowiecki“.

Müssen wir lange stehen? Nein!

Wir begeben uns ins Graphikkabinett, wo eine lange Tischreihe aufgebaut ist. Darauf liegen einige Lupen, weißes Skizzenpapier und jede Menge Bleistifte (Härtegrade H2 bis B6).

Keiner der Teilnehmenden kennt den Künstler. Ich stelle ihn vor, skizziere sein Leben und sein Arbeiten im Berlin des 18. Jahrhunderts. Das dauert nicht zu lange, denn meine Gäste sollen schließlich keinen Vortrag hören. Schnell präsentiere ich die Zeichnungen – es sind stille Familienszenen als winzige Bleistiftzeichnungen. Die Blätter sind ungerahmt, haben aber ein Passepartout. Ich lasse sie kreisen, so daß jede Person sie einmal nahe vor sich liegen hat, um sie mit der Lupe zu betrachten. Fragen und Bemerkungen werden laut und schnell entwickelt sich ein interessantes Gespräch über Darstellungsweise und Technik.

Auf diese Weise werden alle Zeichnungen auf die Tische gebracht. Seit wann gibt es Bleistifte? Woraus bestehen sie? Welche zeichnerischen Möglichkeiten bieten sie?

Und während wir diskutieren und fachsimpeln nimmt sich eine Frau einen der Bleistifte vom Tisch und beginnt, auf einem Skizzenblatt zu kritisieren. Ich ermutige die anderen Teilnehmenden, es ihr nachzutun, was auch prompt geschieht. Die verschiedenen Härtegrade werden ausprobiert, es wird gestrichelt und geschummert. Offensichtlich ist nicht allen bekannt, wie unterschiedlich Bleistifte sein können... und es ist ja auch schon ganz schön lange her, seit man einen Zeichenstift in der Hand hatte... So geht die einstündige Veranstaltung vergnüglich dem Ende zu.

Die Seniorennachmittage im Städtischen Museum Gelsenkirchen finden seit 10 Jahren statt und erfreuen sich seither großer Beliebtheit. Wichtig für die Teilnehmenden ist der persönliche Kontakt zu den „Fachleuten“ des Museums, die mit ihnen im lockeren Gespräch über Kunst reden. Die kostenlose Veranstaltungsreihe trägt den Titel „Bildgespräche“ und wird in der Regel an jedem 2. Donnerstag im Monat durchgeführt (Dauer 60 Minuten).

Zwei Themenschwerpunkte wechseln sich ab: Zum einen gibt es die „Spaziergänge“ durch die Sammlungen und aktuellen Ausstellungen. Hierbei geht es um die Betrachtung zeitgenössischer Kunst. Die Teilnehmenden erfahren Wissenswertes über einzelne Künstler, Werkgruppen, Techniken und historisch-gesellschaftliche Zusammenhänge.

Zum anderen gibt es die „Einblicke“ in die grafische Sammlung des Museums. Hier werden den Teilnehmenden Originalgrafiken und -zeichnungen vorgelegt. Im Vordergrund stehen Bildvergleiche zu speziellen ausgewählten Themenkreisen sowie die Besonderheiten der jeweiligen Techniken.

Angesprochen sind alle Seniorinnen und Senioren, die Spaß an Kunst haben und noch etwas dazulernen möchten. Die Teilnehmenden werden über die örtliche Presse und über den Veranstaltungskalender des Museums über die Termine und Themen informiert.

Dr. Doris Edler
Leitung/ Museumspädagogik und Bildung
Städtisches Museum Gelsenkirchen
Horster Str. 5-7
45897 Gelsenkirchen
Tel.: 0209/169 4130
doris.edler@gelsen-net.de

Kinder in Kunstmuseen

Ein Projekt im Museum für Neue Kunst

Christiane Jürgens

Seit das Museum für Neue Kunst im ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) Karlsruhe 1999 seine Tore öffnete, wird der Museumspädagogik ein wichtiger Platz eingeräumt. Der Schwerpunkt liegt auf Vermittlung von zeitgenössischer Kunst an Kinder bzw. an Schulen. Die privaten Sammlungen europäischer und amerikanischer Kunstwerke von 1960 bis heute umfassen Gemälde, Plastiken, Rauminstallationen, Videokunst und Fotografie mit Schwerpunkten u.a. aus den Bereichen der Pop Art, Minimal Art und der Farbfeldmalerei. Ihre Inhalte und Strategien, die Materialien und ihre vielfältigen Formen schienen uns für die Vermittlung der Grundschule sowie die Sekundarstufen I und II besonders geeignet, auch wenn uns anfangs zum größten Teil nur die Gymnasien mit ihren Oberstufenklassen besuchten.

Für uns stellte sich dann die Frage, ob es sinnvoll ist, zeitgenössische Kunst bereits für 4- und 5-jährige zu vermitteln. Aus diesem Grund haben wir einen interessierten Kindergarten direkt ange-

sprochen. Zunächst luden wir die Erzieherinnen zu einer Führung durch die Sammlungen ein. Diese waren von den vielfältigen Formen und Inhalten der Kunst der Gegenwart begeistert und sahen viele thematische Anknüpfungspunkte für Kinder in diesem Alter und Möglichkeiten für neue Erfahrungen. Mit ungefähr 4 Jahren lassen sich Kinder auf neue Orte ein, sind neugierig und interessiert an ihrer Außenwelt. Daraufhin wurden zwei Projektgruppen gebildet, eine Hauptgruppe und eine Kontrollgruppe. Zur Vermittlung wurde eine Dialogstruktur gewählt, die sich aus Kunstbetrachtung vor den Originalen mit einem praktisch-künstlerischem Teil im Museumsatelier zusammensetzt, der sich besonders bei Vorschul- und Grundschulkindern als geeignet erwies.

Nach Abschluß von 12 Projektwochen kamen wir gemeinsam zu dem Ergebnis, daß die Gegenwartskunst sehr gut geeignet ist, um bereits im frühen Kindesalter Kunst zu vermitteln sowie ästhetische Erfahrungen zu machen. Die Auswahl der Kunstwerke bezog sich auf die ganze Band-

Museum für
Neue Kunst im
ZKM Karlsruhe



breite der zeitgenössischen Kunst: Graffitis von Keith Haring, Werke der Pop Art, Videokunst, Fotografie, Lichtinstallationen und konzeptuelle Arbeiten oder die der Arte Povera waren darin vertreten.

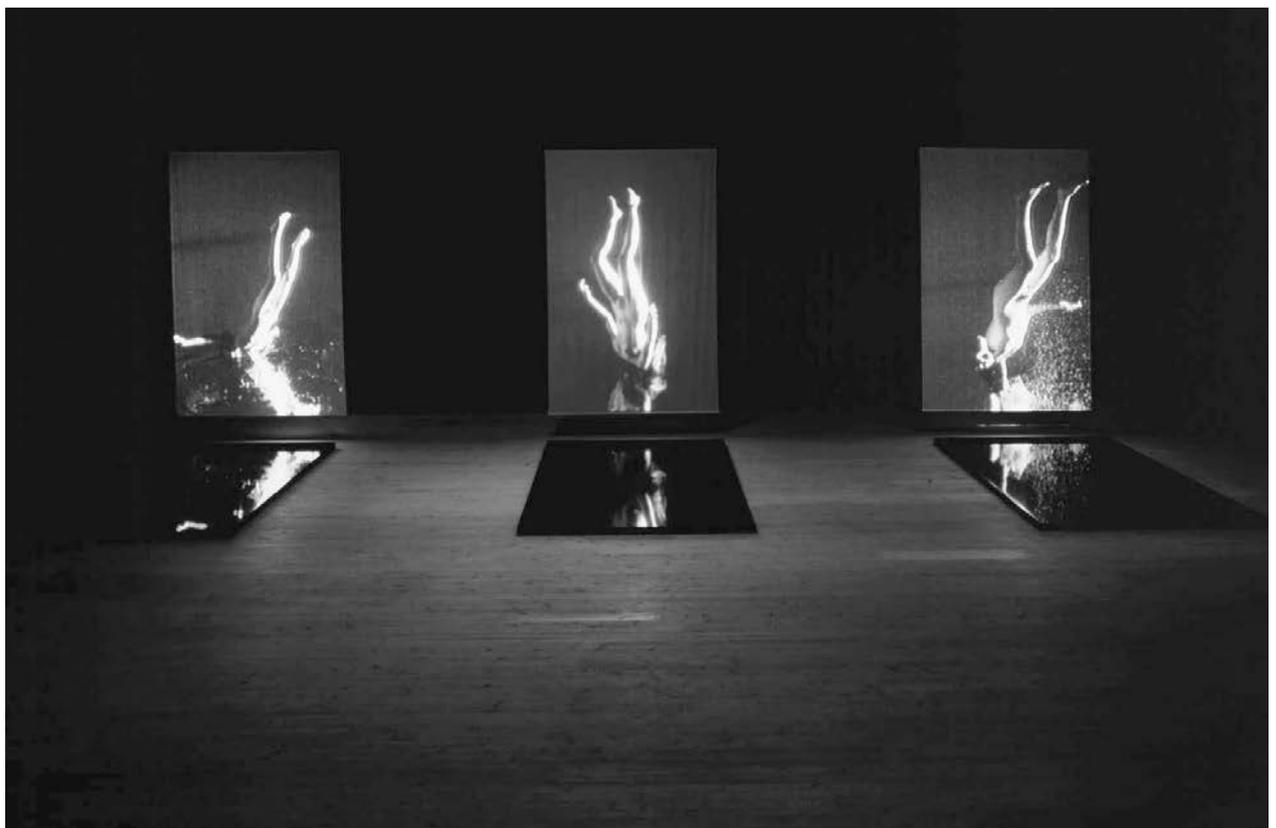
Dabei konnten wir beobachten, daß bestimmte Arbeiten, wie das riesige, abstrakte Relief von Frank Stella oder aktuelle Arbeiten wie Liam Gillicks farbige Stoffbahnen ein spontanes positives Echo bei den Kindern hervorriefen.

Auf Grund der für alle Beteiligten erfolgreichen Durchführung des Projektes stellten wir einen 5-wöchigen Kurs für Kinder mit anschließender Ausstellung und Vernissage für die Eltern zusam-

men. Nach Abschluß des Projektes luden wir die Leitungen und MitarbeiterInnen der Kindergärten zu einem Info-Abend ein, an dem die am Projekt beteiligten ErzieherInnen von ihren positiven Erfahrungen berichteten. Die jeweiligen Leitungen der Kindergärten, ganz gleich, ob es sich um konfessionelle oder Kindergärten anderer Träger handelte, waren aufgeschlossen und interessiert an unserem Angebot. In Karlsruhe liegt dabei eine besondere Situation vor, da in der Staatlichen Kunsthalle seit über 30 Jahren erfolgreich Kindergartenkurse für Vorschulkinder stattfinden. So haben uns diese Voraussetzungen bestimmt den Start erleichtert.

Mit diesen Erfahrungen habe ich ein ähnliches Konzept für ein Museum zeitgenössischer Kunst in einer schweizerischen mittelgroßen Stadt entwickelt. Auch dort wurden die Leitungen der Kindergärten direkt angesprochen und zu einer Führung eingeladen.

Nun findet der Kindergartenkurs bereits in seinem 2. Jahr mit guten Rückmeldungen von den Erzieherinnen und Eltern statt. Bis heute sind die Rückmeldungen, Kritiken und Anregungen der Erzieherinnen für uns außerordentlich wichtig, um die Kursstruktur, den Umgang mit den Kindern und die inhaltliche Vermittlung immer wieder zu verbessern.



Bill Viola:
„Stations“

Ästhetische Erziehung ist für Kindergärten kein Fremdwort. Seit den 70er Jahren propagieren Bücher wie „Kunst in der Kniebeuge“ eine Erziehung der Sinne, die gerade das Experimentieren mit Musik und Kunst zu einem wichtigen Teil des Alltags machen. Waren es zu Beginn nur wenige Kindergärten, so trifft dies heute auf einen Großteil der Kindergärten und Kindertagesstätten zu.

Die organisatorischen Voraussetzungen sind in den Kindergärten relativ gut. Der Tagesablauf ist dort keineswegs so starr wie in der Schule. An der Durchführung von Projektarbeit, Waldtagen, Feiern von regionalen oder jahreszeitlichen Festen erprobt, ist ein mehrwöchiger, regelmäßiger Besuch zwar mit erhöhtem Aufwand verbunden, jedoch machbar.

Ablauf eines Kurses

An fünf Terminen kommt eine Gruppe von 4- bis 5-jährigen Kindern in das Museum. Ein freundliches Willkommen, respektvoller Umgang, direkte Ansprache der Kinder mit Namen (durch vorher im Kindergarten vorbereitete Namensschilder) sind für eine intensive Zusammenarbeit wichtig. Die Gruppengröße sollte maximal 12 Kinder betragen.

Die Kinder lernen im ersten Besuch die Räume und die Ausstellungspräsentation kennen. Als Museumsraum ist der unter Denkmalschutz stehende Industriebau des Museums mit seinen imposanten Lichthöfen für die Kinder sehr eindrucksvoll. All das, was ausgestellt ist, wird von den Kindern

wahrgenommen und beschrieben. Dazu kommen andere Wahrnehmungen: Wie fühlt sich der Boden an? Ist es kalt oder warm? Woher kommt das Licht? Sind die Räume groß oder klein?

Zu Beginn des Kurses findet eine kleine Einführung zum Museum und seinen Aufgaben Sammeln, Erforschen und Ausstellen statt. Wie entstanden die ersten Sammlungen und Museen? Parallel wird eine Brücke zum Alltag der Kinder geschlagen. So erzählen die Kinder, was sie sammeln und ob sie ihre Fundstücke in einer Schachtel aufheben oder zum Betrachten auslegen.

Außerdem wird den Kindern ein achtsamer Umgang – z. B. Werke zu betrachten, ohne sie zu berühren – selbstverständlich. Sie erwerben spielerisch ein angemessenes Verhalten in einer kulturellen Institution wie einer Kunstsammlung oder einem Museum. Während der fünf Wochen können sie außerdem eine MitarbeiterIn des Aufsichtspersonales befragen, sich bestimmte Geräte wie den Thermohygrographen erklären lassen oder mit der Dame an der Kasse sprechen. Mit diesen allgemeinen Informationen und Begegnungen entwickeln die Kinder ein ganz besonderes Verhältnis zu dem Museum.

Aufgaben/Aktionen für Kindergartenalltag

Die Besuche werden darüber hinaus in den Kindergartenalltag eingebunden. Nach den künstlerischen Erkundigungen am Vormittag gibt es eine kleine Aktion/Aufgabe für die darauf folgende Woche im Kindergarten oder für die Zeit



Kinderarbeiten
zu Bill Violas
Video-Klang-
Installation

nach dem Kurs, die nochmals auf die angesprochenen Inhalte, Materialien, Formen eingeht. Durch diese Aufgabenstellung wird für die Kinder eine Kontinuität hergestellt, die das Verhältnis von Kunstbesuch und normalem Alltag fördert.

1. Teil Bildbetrachtung

Der erste Teil der Bildbetrachtung ist dazu da, altersgemäße Rezeptionsangebote zu machen. Während der Kunstbetrachtung entsteht ein Dialog zwischen Kunstwerk, Kursleiterin und Kindern, indem den kindlichen Erfahrungen, Erlebnissen und Mitteilungen Raum gegeben wird. Das was die Kinder bereits wissen bzw. erfahren haben, ist von ihrer gesellschaftlichen, sozialen aber auch individuellen Lebenswelt geprägt. In diese gilt es sich hineinzusetzen. Das Wahrgenommene wird dann von den Kindern in ihre



Menschenbilder, inspiriert von Andy Warhols Porträts

Erfahrungswelt eingeordnet. Das „neue Wahrgenommene“ eines Kunstwerkes wird zur Erfahrung und diese zur Erkenntnis.

Wie für jede Form der Vermittlung ist zunächst eine genaue Kenntnis des Werkes, seiner künstlerischen Strategien, seines Inhalts und seiner Wirkung notwendig, um erkennende und authentische Erfahrungen für die Kinder zu planen. Bei der Auswahl der Kunstwerke achten wir auf eine Einbeziehung verschiedener formaler Ausdrucksformen wie Malerei, Plastik, Rauminstallation, Videokunst sowie auf eine Bandbreite an künstlerischen Strategien, von den eher emotionalen Ausprägungen der gestischen Malerei bis zu den theoretischen Überlegungen der Concept Art.

Die Kunstbetrachtung, das Gespräch, gestische Einlagen und assoziative Zugänge sowie zusätzliches Anschauungsmaterial verhindern den schnellen Konsum und führen zu einer intensiven Auseinandersetzung der Kinder mit dem jeweiligen Werk. So werden in einem 90-minütigen Besuch

nur ein bis zwei Werke betrachtet. Dabei werden natürlich nicht alle seine Schichten und Aspekte erfaßt, jedoch bleibt genügend Raum für nicht vorhersehbare individuelle Erfahrungen und Erkenntnisse.

2. Praktisch-künstlerischer Teil im Museumsatelier

Grundlage für den praktischen Teil ist die Ausbildung ästhetischer Erkenntniswerte auf der Basis eines authentischen Erfahrungsgewinns durch Eigenaktivität. Produktiver und rezeptiver Umgang mit Kunstwerken läßt ästhetische und individuelle Erkenntnisse möglich werden.

Diese werden unterschiedlich entsprechend den Kunstwerken angeboten. Malen, Experimentieren mit Formen und Farbe, das Erstellen von Videos sowie Installationen aus alltäglichen Objekten ist genauso selbstverständlich wie das plastische Gestalten mit Gips und Ton. Die Kinder übernehmen die künstlerischen Ideen und Formen unmittelbar für ihre eigene Gestaltung. Außerdem werden in der praktischen Arbeit verschiedene Formen der Zusammenarbeit geübt, die neben kunstpädagogischen Zielen soziale Erfahrungen in der Gruppe oder Partnerarbeit ermöglichen.

Manche ergeben sich durch die Arbeitsweise der Künstler. So lassen wir bei der Betrachtung eines Bildes von Keith Haring biographische Aspekte mit einfließen. Wir erzählen, daß Keith Haring in Malaktionen gemeinsam mit Kindern riesige Plänen auf dem Boden bemalte. Unser praktisch-künstlerischer Teil nach der Betrachtung eines Bildes von Keith Haring sah ähnlich aus: Gemeinsam entwickelten und bemalten die Kinder eine große Bildfläche, die sich auf dem Boden befand. Die Motivauswahl, die Größe, die Farbwahl, sowie die Entscheidung für Gegenständliches oder Ungegenständliches wurden ihnen freigestellt. Es entstand eine farbenprächtige Gemeinschaftsarbeit, in der sich die Einzelmotive zu einer gesamten Gestaltung verbanden, die nur mehr entfernt mit dem Werk Keith Haring etwas zu tun hat, aber von ihm angeregt ist.

Ein anderes Beispiel ergab sich im Zusammenhang mit der monumentalen Video-Klang-Installation *Stations* des amerikanischen Videokünstlers Bill Viola. Dabei handelt es sich um fünf senkrechte Projektionsflächen, auf denen menschliche Körper verschiedenen Geschlechts und Alters zu sehen sind, die in einem unbestimmten wassergefüllten Raum schweben. Allmählich entschwinden sie aus dem Blickfeld des Betrachters, um dann plötzlich wieder laut in das Wasser einzutauchen. Die Körper scheinen in dem

wassergefüllten Raum zu schweben; gluckernde und sprudelnde Wasserklänge sind zu hören. Die Kinder stellen eigene körperliche Erfahrungen während einer Traumreise, die im Wasser stattfindet, dar. Auf die Verbindung von bewegten Bildern und Geräuschen wird durch kleine Wahrnehmungsübungen aufmerksam gemacht. Die verschiedenen Lebensalter, das Geborenwerden, Altern, waren weitere Themen, mit denen sich die Kinder beschäftigten. In dem praktischen Teil zeichnen die Kinder gegenseitig ihre Körperumrisse nach, schneiden diese grob aus und hängen sie an einen schwarzen Vorhang. Anschließend werden Wassergeräusche mit dem Kassettenrecorder aufgenommen, und diese zu den hellen Körperumrissen vor der dunklen Stoffwand eingespielt, so daß eine einfache Rauminstallation entsteht.

Die Schweizer Künstlerin Sylvie Fleury ist bekannt für ihre Inszenierungen des Glamours und der Mode. In der Installation *Ohne Titel* befinden sich auf einem gebrauchten, an beiden Enden aufgerollten Hotelteppich vier Paar Frauen-Schuhe. Das modische Design der Damenschuhe regt die Phantasie an, mögliche Personen zu erfinden, die diese Schuhe getragen haben könnten. Mode, eine besondere Kleidung, Veränderung der Identität, Verkleiden: all das sind Anknüpfungspunkte in der Kunstbetrachtung mit den Kindern. Im praktischen Teil wählen die Kinder aus einem großen Fundus auffälliger Kleidung und Schuhe einzelne Kleidungsstücke aus und arrangieren diese zu einem Stilleben. Sie verkleiden sich und nehmen selber Sequenzen mit der Videokamera auf.

Ein weiteres Thema ist „Ein Bild von mir – ein Bild von Dir“. Während dieses Besuches geht es um Menschenbilder. Bilder und Porträts von Andy Warhol sind dabei unser Ausgangspunkt, um in die Gattung Bildnis und in die Bedingungen der Pop Art einzuführen. Besprochen wird die Funktion des Bildnisses als Stellvertreter des Menschen. Eigens mitgebrachte Fotos der Kinder beziehen sich auf ihren Alltag. Im praktischen Teil fertigen sie bunte Porträts an. Dazu setzen sich zu zweit zusammen. Mittels einer Plexiglasscheibe werden die Gesichtszüge gegenseitig vom Partner mit Farbe übertragen und im Abklatschverfahren mehrfach auf ein Blatt Papier gedruckt. Die Aktion für den Kindergarten sieht folgendermaßen aus: Die Kinder schminken ihre Gesichter und machen Porträtfotos voneinander. Anschließend nehmen sie mit Stoff einen Abdruck ihres geschminkten Gesichtes ab.

Ein Beispiel für eine konzeptuelle Strategie ist der Künstler Guiseppe Penone, der der Kunst-richtung der so genannten *Arte Povera* gehört.

Beim Besuch zum Thema „Ich hinterlasse Spuren“ geht es um die Zeit, Naturprozesse, Wachsen. Der Künstler hat einen Körperabdruck in einer riesigen aus Ton geformten massiven, noch nicht gebrannten Vase hinterlassen. Dabei hat er auch seinen Mund, Zähne und Gaumen abgedrückt. Die Kinder erzählen von ihren zufällig gefundenen und absichtlich entstandenen Spuren. Als zusätzliches Material betrachten und befühlen sie Fossilien von Tieren. Ein Abdruck ihrer Zähne, indem sie sich in den Unterarm beißen, bezieht sich auf ihr eigenes Wachsen. Der Zahnwechsel ist in diesem Alter wichtig und aufregend. Morgens haben sie bereits zufällig gefundene Dinge auf dem Weg zum Museum aufgesammelt. Von diesen nehmen sie Abdrücke, außerdem von Körperteilen (Ohr, Nase, Hand, Fuß) oder beißen auch in Ton, wie es der Künstler gemacht hat. Der Vorschlag für den Kindergarten ist, Abdrücke von Händen zu nehmen, entweder im Sandkasten oder in einer Gipsfläche.

Abschluß: Ausstellung mit Vernissage

In der Ausstellung werden die Arbeiten der Kinder ausgestellt, die während der fünf Besuche angefertigt wurden. Als Vorbereitung zur Vernissage werden manchmal von den Kindern Einladungskarten und Gebäck für die Vernissage hergestellt. Eingeladen werden Eltern, Geschwister und Großeltern. In dieser Ausstellung wird die künstlerische Leistung der Kinder in einer kleinen Rede und durch Applaus gewürdigt. Die Präsentation ihrer Arbeiten im Kontext des Museums bedeutet einen weiteren Schritt zu einem selbstbewußten Umgang mit der Kunst.

Ästhetische und museums- pädagogische Ziele

Die Kinder erfahren sich während dieses Projektes kindgerecht in der Welt der Gegenwartskunst und können durch ihr eigenes, kreatives Tun und Wirken ihren Ideen und Gedanken Ausdruck verleihen. Das Vertrautmachen von Unvertrautem, Neues im alten Kontext zu entdecken ist für sie eine bereichernde Erfahrung, die ihre Aktivität, ihr Selbstbewußtsein und damit ihre Persönlichkeitsentwicklung stärkt. Diese ist Grundlage für wichtige Bildungsprozesse und die Herausbildung einer lebendigen Phantasie und Kreativität. Von den Erzieherinnen kommt die Rückmeldung, daß die Kinder sich auch noch lange Zeit nach dem Besuch an den Kindergartenkurs im Museum erinnern und manchmal ihre Eltern und Geschwister stolz durch das Museum führen. Dabei beschränkt sich die Kunstvermittlung nicht allein auf allgemeine Ziele der ästhetischen Erziehung. Es handelt sich auch immer um eine Aneignung

von Kultur und individueller Produktionsweisen von Künstlern und Künstlerinnen unserer Gesellschaft. Die Möglichkeit, daß die Kinder das Museum mit der Schulklasse besuchen werden, ist nicht sehr groß. Die Wahrscheinlichkeit, daß sie es aus eigenem Antrieb langfristig immer wieder besuchen, jedoch sehr viel eher gegeben. Da wir erleben, wie viel Spaß die Kinder haben, wie intensiv sie sich mit den Kunstwerken auseinan-

dersetzen und wie viel sie an Erfahrungen und Erlebnissen mitnehmen, lohnt es sich auch für dieses Alter, museumspädagogische Angebote zu machen.

Christiane Jürgens
ZKM Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe
Lorenzstr.19
76135 Karlsruhe
Tel.: 0721/81001201

„Acrylfarben schmecken gut!“

Anja Ciupka

Monatlich, fünfmal, abends? Struktur des Programms

Im November 2001 startete mit dem „Kunsttreff Praxis“ an K20 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen ein neues Programm für Jugendliche, die künstlerisch-praktisch arbeiten möchten. Mit der Eröffnung von K21 zog das Projekt in die Werkräume der Kunstsammlung im Ständehaus. Hinzu kamen außerdem die „Ermittlungen im Fall Kunst“, ein halbstündiges Gespräch vor einzelnen Arbeiten in der Ausstellung sowie künstlerisch-praktische Ferienworkshops für Jugendliche. Ich selbst bin ausgebildete Kunstpädagogin und Künstlerin und erhielt im Rahmen meines Volontariats in der Abteilung für Bildung und Kommunikation die Möglichkeit, dieses Angebot zu entwickeln und zu leiten.

Bei der Konzeption schien es vor allem wichtig, für den Treff eine Struktur zu wählen, die den Jugendlichen die Teilnahme so einfach wie möglich macht. Um eine feste Position im oftmals durch den schulischen Stundenplan strukturierten Rhythmus der Teilnehmer einzunehmen, findet das Angebot jede Woche statt. Dadurch müssen die Jugendlichen nicht auf Einzeltermine oder den Beginn von neuen Kurseinheiten achten. Bis auf den zweiten Weihnachtsfeiertag findet das Angebot auch an Ferien- oder Feiertagen statt, was eine gleichmäßige Entwicklung der Gruppe garantiert und den Kraftaufwand für regelmäßige Neuanfänge erspart. Ohne zusätzliche Erinnerung wissen die Jugendlichen, daß sie das Angebot und seine Teilnehmer immer vorfinden. So sind zum Beispiel eine Klausurphase, der zweiwöchentliche nachmittägliche Schulsport eines Schülers oder die wechselnden Schichten einer jungen Auszubildenden kein Hinderungsgrund, im eigenen regelmäßigen Rhythmus teilzunehmen. Eine zusätzliche Erleichterung, das Programm wahrzunehmen, besteht darin, daß kein Entgelt erhoben

wird und keine Anmeldung erforderlich ist. Lediglich für die Ferienworkshops wird ein Materialbeitrag von 10,00 Euro veranschlagt. Die „Ermittlungen im Fall Kunst“ finden jeweils im gleichen Rhythmus direkt vor dem Kunsttreff statt. Wie bei einem variabel zusammenstellbaren Set verschiedener Produkte können die Jugendlichen aus den Angeboten ihre eigene Kombination wählen. Gespräch vor den Werken und eigene praktische Arbeit im Doppelpack oder je nach Interessenschwerpunkt der Besuch von nur einer Veranstaltung.

Jugendliche, Teenager, junge Leute? Definition der Zielgruppe

Die „Jugendlichen“ – wer ist das eigentlich? Die 14. Shell Jugendstudie sieht sie in den 12- bis 25jährigen. In unterschiedlichen Programmen finden sich unter der Rubrik „Jugendliche“ Angebote für junge Leute ab 15 oder 16 aufwärts, während andere Kurse maximal noch 14jährige einbeziehen. Der „Kunsttreff Praxis“ richtet sich in seiner Ausschreibung an 14- bis 20jährige, wobei diese Grenze eine Orientierung bieten soll und kein festes Zulassungskriterium ist. Die Zielgruppe definiert sich über die Inhalte des Programms, welches junge Leute ansprechen soll, die eigenständig arbeiten können, aber für sich und ihre praktische Tätigkeit noch keine abschließende Definition gefunden haben, wie sie zum Beispiel durch die Wahl einer künstlerischen Ausbildung erfolgen könnte. Die Idee besteht darin, junge Leute unterschiedlichen Alters zusammenzubringen und einen Austausch anzuregen. Während der 14jährige Ilya vom „Theatersport“ berichtet, lernen die anderen etwas über angrenzende künstlerische Bereiche. Er selbst schaut sich wiederum von den Älteren mit anderen Vorerfahrungen den souveränen Umgang mit großen Formaten ab. Interessenten, die nicht zur Zielgruppe gehören, werden freundlich auf andere Angebote verwie-

sen. Viele Jugendliche haben sich im Vorfeld bereits einmal an Erwachsenenkursen beteiligt und äußern sich positiv über die Gelegenheit, mit mehreren Gleichgesinnten ihrer Generation zusammenzuarbeiten. Ein gewisses Mindestalter bedingt sich ebenfalls aus der Konzeption des Programms, die eine gewisse Reife und Selbständigkeit in der Entwicklung voraussetzt. Der Verzicht von Anmeldung und Anwesenheitskontrolle

tung. Die ersten Ideen entwickeln sich oft aus den vorhandenen Materialien, lehnen sich vorsichtig an bisher Erprobtes an. Einige Jugendliche wählen mutig gerade die noch nicht erlernten Bereiche. Bei regelmäßiger Teilnahme werden die Projekte oftmals größer und über mehrere Wochen verfolgt. Die Arbeiten bauen dann aufeinander auf und entwickeln sich weiter. Wichtigste Unterstützung bei allen Prozessen und zentrale



Marcel, Markus und Jan beim Workshop „Digitale Bildbearbeitung“: Sie verändern mit Hilfe ihrer neuen Kenntnisse das SPIEGEL-Titelbild „Die Bush Krieger“.

erfordert von den Teilnehmern eine starke eigene Motivation und die Fähigkeit, einen regelmäßigen Termin vielleicht auch ohne die Begleitung von Freunden und Kontrolle der Eltern wahrzunehmen. Die Anforderung des Treffs, eigene Aufgabenstellungen zu formulieren und weiterzuentwickeln, bedingt nicht nur ein bestimmtes Alter, sondern verlangt zusätzlich ein gewisses Talent.

Praxis? Idee und Ansatz

Beim „Kunsttreff Praxis“ sind die Jugendlichen gefordert, sich zu überlegen, was sie machen wollen. Sie können die verschiedenen im Werkraum vorhandenen Materialien und Möglichkeiten nutzen, welche die klassischen Bereiche von Zeichnung, Malerei, Skulptur sowie einfache Drucktechniken abdecken. Außerdem bieten drei Computer die Möglichkeit der digitalen Bild- und Videobearbei-

Aufgabe der Kursleitung ist neben der Hilfestellung im Umgang mit den Materialien das Gespräch: nach dem Vorhaben fragen, motivieren, mitüberlegen und beim ersten Besuch mitunter auch die Angst nehmen. Im Prozeß greift dann die Reaktion auf Fragen und Äußerungen der Teilnehmer selbst. Die „Korrektur“ durch die Kursleitung äußert sich in der Formulierung des Sichtbaren, in der Nachfrage nach Idee, Herkunft oder Motivation für formale und inhaltliche Entscheidungen. Für den weiteren Prozeß sind auf dem Ergebnis aufbauende oder neue Ideen wichtig, das Aufzeigen von Wiederholungen oder auch einmal die Formulierung einer konkreten Aufgabe. Letzterem dienen auch die eintägigen Ferienworkshops. Sie stehen auch jungen Leuten, die nicht regelmäßig zum Kunsttreff kommen können, offen und fokussieren mit Hilfe konkreter Anleitung handwerkliche („Leinwandbau und Malen auf

großen Formaten“), experimentelle („Experimente zum Zeichnen“) oder den meisten Jugendlichen unbekannte Bereiche bildnerischer Arbeit („Modellbau“), um ihre Möglichkeiten und Erfahrungen gezielt zu erweitern.

Kunstpraxis im Museum? Legitimation

Der offene Ansatz scheint dem von Atelierarbeit, vielleicht auch dem Programm von Jugendkunstschulen zu ähneln. Daß diese Vorgehensweise an einem Ort, der in erster Linie dem Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln von Werken zeitgenössischer Kunst dient stattfindet, könnte zunächst ungewöhnlich erscheinen. Es geht tatsächlich nicht um eine enge Verbindung von Werkanalyse und bildnerisch-praktischer Übung oder

Beim Treffpunkt vor den Originalen eine halbe Stunde vor Beginn des Kunsttreffs Praxis besteht die Gelegenheit, die in K21 ausgestellten Werke kennenzulernen. Diese Gespräche verfolgen den gleichen Ansatz. Umgekehrt hat auch diese Diskussion nicht den Zweck, sich nach Materialien, Vorgehensweisen oder Bildideen für die anschließende praktische Arbeit zu erkundigen, sondern mit Hilfe von sprachlichen Äußerungen eine unvoreingenommene Annäherung an und ein erweitertes Verständnis für die gezeigten Arbeiten zu erlangen. Zwischen den beiden Treffs können komplexe Beziehungen hergestellt werden. Es liegt auch bei den Teilnehmern, selbst die unterschiedlichen Sichtweisen zu erproben, zu nutzen und bei Bedarf auch direkt aufeinander zu beziehen.



Auch in den Sommerferien steht der „Kunsttreff“ für die Jugendlichen offen

Transferleistung, nicht um die Beleuchtung einzelner Aspekte technischer, kompositorischer oder materieller Umsetzung der ausgestellten Werke. Im Vordergrund stehen die Teilnehmer und ihr Bedürfnis, einen Ort und Zeitraum für ihre kreativen Ideen zu erhalten. Aus ihrer praktischen Arbeit ergibt sich ein Verständnis für künstlerische Arbeit und damit auch für die ausgestellten Werke zeitgenössischer Kunst.

Es bietet sich die Chance, über das eigene praktische Tun einen Sinn für die Eigenschaften und Prozesse künstlerischer Arbeit zu entwickeln. Die Jugendlichen erfahren von der Schwierigkeit, eigene Fragen und Aufgaben zu entwickeln, der Vielzahl von Ideen, daß „falsch“ und „richtig“ sich vielleicht nur in der eigenen Intention und der gewählten Umsetzung begründet, also von der Möglichkeit eigener Entscheidung.

Flyer, Briefe, Presse? Bewerbung des Angebots

Tagungen zu Themen wie „Nachwachsende Kultur“ diskutieren wichtige Fragestellungen der Jugendarbeit, denn „... Jugendliche [zeigen] sich häufig resistent gegen kommunale Kulturangebote“ (siehe Programm-broschüre). Aus Aussagen der Teilnehmer – wöchentlich kommen durchschnittlich 10 Jugendliche – läßt sich schließen, daß vor allem auch regelmäßige, auf die Zielgruppe zugeschnittene Werbemaßnahmen notwendig sind. Denn immer wieder fragen neue Teilnehmer: „Wie lange gibt es den Treff denn schon? Davon wußte ich gar nichts.“ Dabei haben an die Kunstlehrer ver-

schickte Flyer den meisten Erfolg gezeigt. Hin und wieder kommen junge Leute, die sich bei einem Besuch mit der Schulklasse das Programmheft des Hauses mitgenommen haben. Ganz selten reagiert jemand auf einen Bericht in der Presse. Der Aufbau einer Adreßkartei mit der Angabe des Geburtsdatums, um Einzeltermine zu bewerben und auch nachwachsende Besucher von Kinderkursen anzuschreiben, scheint sinnvoll. Nach Information und Probebesuch, lassen sich einige Jugendliche auch von einstündigen Anreisen nicht abhalten zum „Kunsttreff Praxis“ zu kommen.

Anja Ciupka
Wissenschaftliche Volontärin
K21 Kunstsammlung im Ständehaus
Ständehausstr. 1
40217 Düsseldorf
ciupka@kunstsammlung.de

„Museen sind so jung wie ihre User“

(Julia Maser, 17)

Wiebke Mailahn

Seit fast drei Jahren treffen sich jeden ersten Dienstag im Monat Jugendliche im Alter von 16-26 in der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen zum Kunsttreff 16+. Dieser Jugendkunstclub bietet jungen Erwachsenen einen unkonventionellen Zugang zu Museen und möchte vor allem Freude an der Auseinandersetzung mit Kunst wecken. Der Kunsttreff 16+ nutzt die Möglichkeiten des Museums, eine hochqualifizierte Bildungsarbeit jenseits aller schulischen Strukturen zu leisten. Die jungen Erwachsenen werden nicht von mir als Projektleiterin „belehrt“, sondern können selber entscheiden, wie sie etwas und was sie über Kunst erfahren wollen. So lebt der Treff von der aktiven Teilnahme und dem Engagement der jungen Erwachsenen. Meine Aufgabe ist es, Situationen zu schaffen, in denen es möglich ist, untereinander sowie mit interessanten Gesprächspartnern zu diskutieren, Fragen an die Kunst zu stellen, gemeinsam Ausstellungen anzuschauen, aber auch sein Wissen über einzelne Künstler, Kunstwerke oder Epochen zu erweitern. Die Begeisterung für die Kunst wird hierdurch nicht über eine reine Wissensvermittlung geweckt, sondern durch persönliche Treffen mit Mitarbeitern des Museums, Künstlern und Sammlern.

Nach fast drei Jahren Kunsttreff 16+ und einer Interessentenliste von über 100 jungen Erwachsenen hat sich dieses sehr offene Konzept als erfolgreich erwiesen. Die jungen Erwachsenen dokumentieren die Treffen durch selbstverfaßte Texte, die von der NRZ veröffentlicht werden. Die Qualität dieser Texte und Kunstkritiken, die freiwillig und außerhalb der Treffen entstehen, spricht für sich. Daher möchte ich hier auch die Kunsttreffer durch einige ihrer Texte zu Wort kommen lassen.

„Kunst muß einfach geil sein“

Vielleicht stellt sich bei einem Künstler, der bevorzugt mit Dachlatten, Kaviar und Ziegelsteinen arbeitet, als spannendste Frage die nach seiner Vorstellung von Kunst, seinen Ansprüchen und Erwartungen. Jedenfalls verwickelten wir Georg Herold bei einem Treffen mit dem Kunsttreff 16+ über all diese Fragen in ein interessantes Ge-

spräch, von dem mir dieses Zitat als einprägsamstes und poppigstes im Gedächtnis haften blieb.

Die Möglichkeit, Künstler und Museumsleute kennenzulernen und mit ihnen aufregend anregend zu diskutieren, macht für mich den Reiz von 16+ aus. Das Treffen mit Georg Herold war für mich eines der ganz besonderen Highlights des Kunsttreffs 16+, weil es äußerst aufschlußreich über den Umgang mit seinen Arbeiten und dem Verständnis von Kunst überhaupt war.

Die Qualität und Aussagekraft, und daraus resultierend auch eine natürlich subjektive Beurteilungsmöglichkeit, liegt für Herold in der Intensität eines Kunstwerkes.

Das „Jetzt“ als Resultat einer intensiven Auseinandersetzung und als Darstellung einer Idee in Materie, die dann auch in Form einer Dachlatte auftreten kann, zeichnet eine konsequente künstlerische Arbeit aus, diese Vorstellung muß dann nicht auch noch in Öl gemalt oder in Stein gemetzt werden.

Ein Ewigkeitsanspruch scheint Herold an der Kunst offensichtlich nicht zu interessieren, aus diesem Grunde ist es umso erstaunlicher, daß er seine provokativen und sich dem Qualitäts- und Konservierungsanspruch des Museums widersetzen Arbeiten doch mit Gefallen im Museum sieht. Ein Thema, das – vor der kurz bevorstehenden Eröffnung des Ständehauses, das sicherlich einige vergleichbar subversive und zeitgenössische Positionen zeigen wird – besonders spannend ist.

An der Museumspräsentation scheint Herold, abgesehen vom kulturell-intellektuellen Hintergrund, auf den sich letztlich seine Arbeiten gründen und mit welchem sie auch ganz faszinierend spielen – den er zweifelsohne jeder reinen Spaßkultur vorzieht – vor allem die Möglichkeit spannender Wechselwirkungen der unterschiedlichsten Werke zu reizen, die zu Auseinandersetzung und Konfrontation führen.

Nachdenken und Rätseln vor solch sperrigen Werken wie denen Herolds heißt dann auch „zu keiner Lösung kommen, sich mit keiner Lösung zufrieden geben“. Das wirklich Wesentliche liegt vielmehr darin, den Widerstreit der Kunstwerke mit sich selbst und ihre spielerische Absurdität zu erkennen. Diese Absurdität als subjektiver Ausdruck von Ideen ist Herolds Antwort auf die Frage

nach der Sinnlichkeit – die eigentlich grundlegenden in der Kunst.

Und dann muß Kunst einfach geil sein.

Deborah Bürgel, 19

Wilhelm Schürmann – Ein Kunstsammler und die ewige Frage: Was ist denn nun Kunst?

Wie soll ich diese drei Stunden Begegnung mit Wilhelm Schürmann in einen kurzen Text pressen? So viele Denkanstöße, so eine lebendige Diskussion, so ein gutes Gespräch, man muß dabei gewesen sein! Niemand hat mit schlaun Definitionen oder festen Vorstellungen, was Kunst zu sein hat „um sich geworfen“, im Gegenteil,

Kunst ein bißchen, und das Erschreckendste ist: Kunst fängt an, Spaß zu machen!

Trotzdem hätte ich so gerne eine „Definition“ von Kunst, das würde es einfacher machen, oder vielleicht auch „einfach langweiliger“? Das kriege ich noch raus! Hier zumindest die beiden Sätze („Originale“, Kunst ist schließlich Kommunikation, da waren wir uns alle einig), die „meine persönliche, eigene Definition von Kunst“ sicher entscheidend mit Formen werden:

„Kunst ist dazu da, das zu verändern, was du von ihr erwartest“ (Wilhelm Schürmann)

„Ihr könnt einzelne Werke ja hassen oder lieben, aber ignoriert sie nicht“ (Wiebke über „sperrige“ Kunst)

Phillip Kanz, 17



selbst unsere „Experten“, Wilhelm Schürmann und Wiebke, sind nach eigenen Angaben ständig auf der Suche nach neuen Aspekten, anderen Ideen, spannenden Überlegungen rund um diesen für mich so seltsamen Begriff „Kunst“. So berichten Herr Schürmann und Wiebke beide, daß es viele Kunstwerke gibt, zu denen sie erst keinen Zugang hatten, die sie sogar „einfach schlecht“ fanden, dann plötzlich hat man ein Erlebnis, das einem einen Zugang verschafft: Das kann ein gutes Gespräch mit Freunden oder dem Künstler sein, oder man liest einen neuen Text, hat ein anderes Kunstwerk gesehen, vielleicht ist man auch einfach älter geworden und hat neue Dinge erlebt. Für Herrn Schürmann ist „Kunst ist eine Suche nach neuen Vorschlägen“. Kunst muß aber auch „ständig unterlaufen, hinterfragt werden, um lebendig zu bleiben“, ist das nicht immer Aufgabe der jungen Generation? Jeder neue Kunsttreff 16+, jede Diskussion, verändert meine Sicht auf die

Was ist 16+?

16+ ist ein Projekt der Kunstsammlung NRW, das sich an alle kunstinteressierten Schüler und Studenten richtet (oder solche, die es noch werden wollen). Hier gibt es keine endlosen musealen Führungen und Vorträge, sondern kunstbezogene Themen und Veranstaltungen zum Mitdenken und Mitmachen.

Was macht 16+?

Wir, der Jugendkunstclub 16+, treffen uns jeden ersten Dienstag im Monat. Zusammen mit Wiebke, der Projektleiterin, erkunden wir die moderne und zeitgenössische Kunst, schauen uns die Ausstellungen der Kunstsammlung NRW gemeinsam an, treffen Künstler oder diskutieren und lachen über Kunst. Eines der Themen die wir, die 16+ler, uns gewünscht haben, ist der Blick in die Berufs-

welt des Museums und die Möglichkeit, vor Ort alles über den Traumjob zu erfahren. Es gibt also Einblicke hinter die Kulissen eines Museums und Antworten auf brennende Fragen rund um die Kunst.

So trafen wir z.B. Künstler wie den Fotografen Thomas Ruff oder den Videoartisten Stefan Hoderlein, die wir zu ihrem Werk und Werdegang befragten. Aber auch Grundsätzliches wurde diskutiert: Was ist eigentlich Kunst? Und wofür brauchen wir sie? Aber nicht nur die Künstler im Rampenlicht mußten uns Rede und Antwort stehen, sondern auch die, die hinter den Kulissen arbeiten, wie Frau Müller Tamm, eine Kuratorin der Kunstsammlung, Herr Müller, der Restaurator der Kunstsammlung NRW und das neue Team des Ständehauses NRW.

Andere Themen waren in der Vergangenheit beispielsweise auch die Verknüpfung von Kunst und Musik, die wir in der Kunst des 20. Jahrhunderts immer wieder entdecken konnten. Dieses Motto nahmen wir zum Anlaß, die Oper „Il Trovatore“ zu besuchen, bei der der Künstler und Leiter der Kunstakademie, Marcus Lüpertz, Bühnenbild und Kostüme gestaltet hatte. Nach der Aufführung bekamen wir die Gelegenheit, den Meister selbst über seine Ideen und Inspirati-

onen zu interviewen. Ein Treffen, das bei uns allen einen starken Eindruck hinterlassen hat.

16+ und das Ständehaus

Nicht nur wir, die Teilnehmer, freuen uns über 16+, auch bei der neuen Crew der Kunstsammlung im Ständehaus stieß das Projekt auf reges Interesse. Das Ständehaus, das im April eröffnet wird, und nur Kunst, sehr junge, spannende Kunst präsentieren wird, befindet sich schließlich noch im Aufbau seiner künstlerischen Sammlung. Grund genug für die Verantwortlichen, auch bei uns nachzuhaken, wie sich 16-25jährige ein Museum vorstellen, und was sie von ihm erwarten. Im Januar trafen wir uns mit der neuen Crew des Ständehauses, um über unsere Vorstellungen von Kunst und Museen zu diskutieren. Eine gute Gelegenheit für uns, unsere Vorschläge und Anregungen aktiv in die Arbeit des Museums einzubringen. Wir freuen uns schon auf die Eröffnung!

Kim Rohrer, 21

Wiebke Mailahn
Kunstsammlung NRW
Grabbeplatz 5
40213 Düsseldorf

Entdeckungsreisen durch die Kunst der Gegenwart

Museumspädagogik in der Galerie der Stadt Esslingen, Villa Merkel

Petra Weber-Obrock

Fototriennale 2001

In der Galerie der Stadt Esslingen, Villa Merkel, wird internationale Fotokunst der Gegenwart ausgestellt. Kathrin Günters Serie „Starshots“ zeigt Situationen im Leben eines Stars, aufgenommen nach Art der Paparazzi. Dabei ersetzt ihr eigenes Porträt, das sie vor einer weißen Wand aufgenommen und dann in Zeitungsfotos eingescannt hat, das Konterfei einiger Damen der Glamourwelt, Madonna, Caroline von Monaco etc. Zur Ferienaktion „Kleider machen Leute“ hat ein museumspädagogisches Team der Villa Merkel (Anette Ochsenwadel, Agnes Mattias und ich) eine Kindergruppe in die Villa eingeladen.

Die Aufnahmen von Kathrin Günter sind der Auslöser für eigene Gedanken, die wir uns zum Thema Verwandlung machen. Kleider, Posen,

Make Up, die schwarze Sonnenbrille, hinter der man sich verstecken kann, machen den Star erst aus. Anschließend wird sich verkleidet. Saskia hat sich schon den Brautschleier geschnappt, Maria und Lilian putzen sich ebenfalls mit einem weißen Schleier heraus, so daß für ein Foto schließlich drei kleine Elfen auf der Wiese sitzen. Mona, die schon 12 Jahre alt ist, schmückt sich mit einem schwarzen Hut und einem geblühten Kleid. Als Clou wird Großmutter's Bisamrattenschal umgehängt.

Fertig ist die alte Dame, die sich gebückt ablichten läßt. Michaela hat sich mit einem schwarzen Umhang und einer Perücke als Vampir gestyled. Zu ihrer Gruftaufmachung darf auch der schwarze Lippenstift nicht fehlen. Nun rückt sie für ein Foto der kleinen Gartenplastik im Park zu Leibe.

Die Villa Merkel als Galerie der Stadt Esslingen zeigt alljährlich mehrere Wechselausstellungen mit dem Schwerpunkt „Kunst der Gegenwart“. Die Abteilung „Museumspädagogik“ ist dem Kulturreferat der Stadt unterstellt. Eine hauptamtliche Museumspädagogin, Effi Grimmer, betreut außer der Villa Merkel auch das Stadtmuseum, das sich mit regionaler Geschichte und Kunst beschäftigt, und das J.F. Schreiber-Museum, in dem das Archiv des gleichnamigen Verlags aufgearbeitet und ausgestellt wird. Unter der Leitung von Effi Grimmer ist in allen drei Institutionen die Museumspädagogik als offenes Multiplikatorenprojekt organisiert. Auch in der Villa Merkel dient sie der Zusammenarbeit mit den Schulen der Stadt, die zu nahezu jeder der häufigen Wechselausstellungen zeitgenössischer Kunst eingeladen werden. Weiter finden Ferienprogramme und Aktionstage der verschiedensten Art statt. Die museumspädagogischen Teams in der Villa Merkel setzen sich immer neu zusammen. Nicht nur freie Mitarbeiterinnen, auch Praktikanten können museumspädagogisch tätig werden.

Kindern zeitgenössische Kunst nahezubringen ist gar nicht so schwer. Im Gegensatz zu ihren erwachsenen Begleitern sind sie ohne Vorurteile. Objekte, die bei Erwachsenen oft Mißtrauen und die besserwisserische Bemerkung „das hätte ich jetzt auch gekonnt!“ hervorrufen, werden von den Kindern mit Staunen und Spaß akzeptiert. Die Erfahrung, daß bei Kindern der kreative und experimentelle Umgang mit Gegenwartskunst selbstverständlich ist, machen die museumspädagogischen Teams und Arbeitskreise der Villa Merkel immer wieder. Voraussetzung und Grundlage für diesen lebendigen Umgang mit Kunst ist aber, daß die theoretische Vermittlung nicht im Vordergrund steht, sondern ein eigenes Erleben durch kreative Tätigkeit gefördert wird.

Kennzeichnend für die Museumspädagogik an der Villa Merkel ist, daß sich Menschen verschiedensten Alters und mit den unterschiedlichsten Hintergründen für eine gemeinsame Sache engagieren. Die Zusammenarbeit mit einem großen, sehr engagierten Team von Ehrenamtlichen, den „Volunteers“, aber ist einzigartig.

Die Arbeit der Volunteers an der Villa Merkel

Der Arbeitskreis der Volunteers an der Villa hat sich vor ungefähr vier Jahren gebildet. Über die Stadt Esslingen wurde engagierten Bürgern angeboten, an den unterschiedlichsten öffentlichen Institutionen ehrenamtlich mitzuarbeiten. In der Galerie Villa Merkel bildeten sich aus 60 Interessenten mehrere Arbeitskreise, von denen jedoch nur die Volunteers im Bereich Museumspädagogik über so lange Zeit aktiv blieben. Vielleicht, weil

sie auch die Konzeption ihrer Projekte mit Effi Grimmer selbständig erarbeiten dürfen. „Das Lehmprojekt war meine erste Fühlung mit der Sache hier“, erzählt Gudrun Koch. Zur Architekturausstellung „The Space here is Everywhere“ haben die vorwiegend älteren Damen der Volunteersgruppe ein zweiwöchiges Projekt mit Schulklassen organisiert. Nicht nur Lehm und Sand wurde beschafft, auch ein Zelt und Tische mußten geordert werden. „Da bin ich noch abends hingefahren, um nach 20 Uhr den Zeltaufbau zu überwachen“, erinnert sich Gudrun Koch. Auch die gesamte Werbung vom Aufhängen der Plakate bis zum Anschreiben der Schulen habe die Gruppe mit organisiert. Die Begeisterung der Kinder, die aus dem Lehm Tiere, Gebäude und Backöfen gebaut haben, habe sie alle jedoch für die Mühe entschädigt. Auch Anke Finkbeiner, Karin Erb und Elisabeth Berner engagieren sich in der Gruppe. Das nächste gemeinsame Projekt war ein großes Fest für Kinder, das die Villa als gründerzeitlichen Wohnsitz der Fabrikantenfamilie Merke vorstellte. Daraus entwickelte sich eine Führung, die die Volunteers für Schulklassen anbieten. Sie beleuchtet sowohl die damalige Funktion des Gebäudes als herrschaftliches Haus einer Familie, als auch seine Nutzung als Galerie. „Wir sind in alles hineingewachsen“, erklärt Anke Finkbeiner. „Unter der guten Leitung von Frau Grimmer bleiben wir zusammen.“ Im September steht ein neues Projekt an. Ein ganzes Wochenende lang wird der Garten der Villa zum Atelier umfunktioniert. „Malen im Park“ soll Kindern nicht nur den Umgang mit Papier, Staffelei und Farben näherbringen, sondern auch zum Experimentieren mit Naturmaterialien wie Gras, Wurzeln und Blütenstaub anregen.

Petra Weber-Obrock M.A.
Kolpingstr. 12/4
73732 Esslingen
Tel.: 071/3703926
peweo@gmx.de

Zielgruppe: Junge Erwachsene

Erfahrungen aus zwei Projekten in der Stiftung Wilhelm Lehmbruck Museum, Duisburg

Andreas Benedict

Wie war das noch mal, als man selber „Jugendlicher“ war? Waren Veranstaltungen speziell „für Jugendliche“ nicht eher verlockend? Und welchen Eindruck hinterließen Museen? Nahm man nicht nur notgedrungen, auf Urlaubsreisen mit Eltern oder auf Schulausflügen, Notiz von ihnen? Und jetzt wollen Jugendliche von gestern den Erwachsenen von morgen weismachen, daß es besonders lohnenswert sei, die Freizeit im Museum zu verbringen? Die Erfahrung der eigenen Jugend sagt einem, daß das keine leichte Aufgabe sein kann.

Im Wilhelm Lehmbruck Museum gibt es seit gut 10 Jahren ein spezielles Angebot für Jugendliche, den *Jugend Kunst Klub*, kurz: *JKK*. Zusätzlich wurde im ersten Halbjahr dieses Jahres mit der Veranstaltungsreihe *Schönhaus: Noteingang* ein neues Format ausprobiert, um junges Publikum anzusprechen. Von beiden Angeboten soll im folgenden die Rede sein.

Traditionell und unverwüsthlich: der Jugend Kunst Klub

Der *JKK* wurde 1992 von Cornelia Brüninghaus-Knubel gegründet. Die erste Veranstaltung war eine Fahrt zur Documenta 9, an der rund 40 Personen teilnahmen. In der Folge fand sich ein engerer Kreis von Jugendlichen zusammen, der sich zu vereinbarten Terminen sowohl im Museum als auch zu externen Aktivitäten mit jüngeren Mitarbeitern der Museumspädagogik traf. In diesem Stil, bei mittlerweile mehrfach wechselndem Personal, existiert der *JKK* bis heute fort. Die Mitglieder entrichten einen Jahresbeitrag von jeweils 10 Euro und sind gehalten, eine ermäßigte Jahres Eintrittskarte für 15 Euro zu erwerben. Dafür werden sie etwa einmal im Monat per Brief über die Angebote des *JKK* informiert und sind zugleich Mitglieder des Freundeskreises des Museums. Somit erhalten sie regelmäßig den Veranstaltungskalender des Museums, Einladungen zu Ausstellungseröffnungen usw.

Im Durchschnitt zweimal im Monat trifft sich der *JKK* mit jeweils einem der beiden Betreuer (zur Zeit einer freien Mitarbeiterin und dem Autor) zu kurzfristigen Aktionen, z.B. zu Ausstellungsbesuchen im eigenen Hause oder in anderen Institutionen im Nahbereich, zu berufskundlich

orientierten Gesprächen mit Kreativprofis (Architekten, Künstlern, Werbeleuten...) sowie zu kleineren künstlerisch-praktischen Übungen (z.B. Zeichnen) oder auch nur zum Zusammensitzen, Kaffeetrinken und Besprechen. Darüber hinaus stehen immer wieder aufwendigere bzw. längerfristige Unternehmungen an, für die zum Teil zusätzliche Unkostenbeiträge erhoben werden müssen; dazu zählen mehrtägige praktische Workshops (z.B. Malen, Fotografie/Fotolabor, Bildbearbeitung am PC, Video/Schnitt), größere Exkursionen (z.B. zur Expo, zur Documenta oder ein internationaler Jugendaustausch) oder die Einbindung in die museumspädagogische Arbeit (z.B. Mitkonzeption einer Ausstellung für Kinder, Praktikum). In begrenztem Maße können *JKK*-Mitglieder als pädagogische Aufsichten im Kindermuseum oder als Helfer bei Ferienworkshops Geld verdienen.

In diesem Jahr verzeichnet der *JKK* über 15 zahlende Mitglieder, was gegenüber den Vorjahren einen leichten Anstieg bedeutet. Doch die Zahl derer, die regelmäßig zu den Treffen erscheinen, ist deutlich geringer: Daß sechs Mitglieder zusammenfinden, ist schon ein vergleichsweise seltenes Ereignis. Der „harte Kern“ des *JKK* hat sich jedoch als hoch motivierte kleine Gruppe entpuppt, die aktiv am Museumsleben vor und hinter den Kulissen teilnimmt – was wir als Erfolg verzeichnen. Der geringe Zuspruch einzelner Veranstaltungen – es gab auch schon Angebote ohne Teilnehmer – wirkte manchmal enttäuschend, und führte immer wieder zur Reflexion der eigenen Motivation, Methoden und Ziele.

Doch abgesehen von aller möglichen Selbstkritik erscheint es angesichts des reichen Freizeitangebots für Jugendliche und der starken Konkurrenz der kommerziellen Freizeitanbieter untereinander vielleicht nur realistisch, daß der *Jugend Kunst Klub* in seiner bisherigen Form lediglich eine Minderheit ansprechen kann. Diese optimal zu bedienen, mag für die Museumspädagogik, die sich dieser Aufgabe nur als einer unter vielen widmet, schon ein hohes Ziel sein. Dennoch können und sollen immer wieder Versuche unternommen werden, dem *JKK* mehr Dynamik zu verleihen, z.B. durch eine verbesserte Außendarstellung mit Einsatz elektronischer

Medien (newsletter, nicht nur für Mitglieder, und ein neuer Internetauftritt¹) und durch eine stärkere Einbeziehung der Mitglieder im Sinne einer Selbstorganisation. Umso mehr der JKK aus eigenem Antrieb und aus der eigenen Altersgruppe heraus agiert, desto glaubwürdiger und – so nehmen wir an – attraktiver wird er für die Zielgruppe.

Schräg und experimentell: „Schönhaus: Noteingang“

Auf Grund der langjährigen Erfahrung mit dem JKK schwelte in der Museumspädagogik des Lehmbruck Museums das Bedürfnis, den Kontakt zur Zielgruppe Jugendliche durch ein neues, vom bisherigen Vorgehen völlig verschiedenes Angebot in Gang zu bringen. Im Jahr 2001 nahmen diese Vorstellungen durch die Einbindung des Kölner Künstlers Matthias Förster Gestalt an. Dieser entwickelte die Veranstaltung *Schönhaus: Noteingang*, die quasi als Versuchsreihe in der ersten Jahreshälfte 2002 monatlich einmal stattgefunden hat.

Die maßgebliche Zielsetzung war die Etablierung einer Abendveranstaltung im Museum, allerdings außerhalb der Öffnungszeiten und ohne didaktisches Auftreten. Da man im Museum auf diesem Felde praktisch über keine Erfahrungen verfügte, gehörte es zu den Anfangsvoraussetzungen, daß das anvisierte Publikum und die Veranstalter sich so gut wie nicht kannten. Der Umgang mit dem JKK konnte in dieser Hinsicht kaum Aufschluß geben, denn von ihren Selbstverständnissen her stellen sich JKK und *Schönhaus* grundverschieden bzw. geradezu gegensätzlich dar. Ersterer versteht sich als ein Forum für am Museum interessierte Jugendliche, die mehr oder weniger eine Identifikation mit dem – eher konventionel-



len – Museumsbetrieb suchen. *Schönhaus* hingegen will etwas anderes als das im Museum Gängige sein: eine Art „cooles“ Event, das seine bewußt vorgetragene Andersartigkeit aus der Mischung von Kunstgalerie, Bar-Atmosphäre und musikalischer Unterhaltung durch DJs (seltener Lifemusik) bezieht.

Der etwas sperrige Name *Schönhaus: Noteingang* weist darauf hin, daß das Kunstmuseum – dem Klischee nach der „Tempel des Schönen“ – sich mit der neuen Veranstaltungsform zwar für etwas Fremdes öffnete, um es jedoch im gleichen Zuge wieder auszugrenzen: Nur über den Notausgang, in maximaler Entfernung zum Haupteingang gelegen, konnte der Besucher ins Museum gelangen. Damit aber in einen Raum, der eher ein Außen als ein Innen verkörpert, da er, von alarmgesicherten Rolltoren begrenzt, keinen Zugang, noch nicht einmal einen Einblick, in die üblichen Ausstellungsbereiche ermöglicht. Bei normalem Museumsbetrieb wird der Raum bestenfalls als ein Zwischen(raum) wahrgenommen. Seine Ausstellungseignung ist dadurch eingeschränkt, daß er bei annähernd dreieckigem Grundriß und ca. 150 m Grundfläche extrem wenige geschlossene Wände bietet. Dennoch ist der Raum hinsichtlich des aktuellen Raumprogramms des Museums und des begrenzten Budgets für *Schönhaus* der einzig denkbare für diese Veranstaltungsform. Er bietet die notwendigen sanitären Anlagen, gewährt den Verzicht auf Wachpersonal und ermöglicht bei schönem Wetter die Nutzung des Parks. Zudem entpuppte sich der im doppelten Wortsinne „schräge“ Veranstaltungsraum als eine Herausforderung für Organisatoren und Künstler. Er kann sogar als eine besondere Qualität der Veranstaltung gesehen werden, vermag er doch eine ge-

DL Penelope bei „Schönhaus: Noteingang“ im Januar 2002

Jugend Kunst Klub, Stilleben-Malkurs 2002



wisse *Underground*-Ästhetik zu befördern, was die Atmosphäre der *Schönhaus*-Abende, wenn überhaupt, dann wiederum positiv beeinflusst hat.

An den sechs *Schönhaus*-Abenden sollte jeweils einer junger Künstler (am letzten der Abende mehrere) mit seinem Werk bzw. einer Installation im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen. Bezeichnenderweise haben drei der ausstellenden Künstler die ambivalente Positionierung des *Schönhaus* im Museum anhand ihrer Installationen spürbar gemacht. Oliver Ross als erster, indem er den Raum mit einer gigantischen Holzkiste („Innenwelthypothese“) beinahe versperrt hat. Gerhard Wittmann, indem er seine Videoarbeit („FADE:forward“) durch einen Folientunnel gegen

der Veranstaltungsreihe. Es gab sehr preisgünstige „Erfrischungsgetränke“ wie Wasser, Cola und Bier, dazu jedoch ein Cocktailangebot. Zu jeder Veranstaltung konnte der/einer der betreffende/n Künstler einen Cocktail wünschen, so daß am Ende sechs exklusive Getränke auf der Karte standen.

Was bei Vernissagen im üblichen Rahmen selbstverständlich ist, wirkte im *Schönhaus* eher ungewöhnlich: die Wortbeiträge, die es während dreier Veranstaltungen gab. Als wichtiger, wenn auch nicht regelmäßig auftauchender Programmpunkt verdeutlichen sie am ehesten, daß den Organisatoren mehr als eine Alternative zum freitagabendlichen Kneipenbesuch vorschwebte. Hier



Der Künstler Oliver Ross beim Aufbau der Installation „Innenwelthypothese“ anlässlich Schönhaus: Noteingang im Februar 2002

die Außenwelt abschottete. Kerim Seiler, indem er seine Installation („Arturs Träne“) durch einen Sägeschnitt in eine Holzwand, der exakt das allabendlich niederfallende Rolltor aussparte, über den *Schönhaus*-Raum in den ständigen Ausstellungsbereich hinaus gedacht hatte.

Die Präsentation junger bildender Künstler war zwar ein zentrales Anliegen von *Schönhaus*, doch ohne Musik wäre die versuchte Veranstaltungsform undenkbar gewesen! Gerade in ihrem Halb-live-Charakter – der Plattenaufleger nimmt geradezu die Rolle eines Künstlers ein – bildet sie den Klebstoff, der das Publikum bindet. Das Barprogramm komplettierte das *Crossover*-Konzept

trat fast das Museum in seiner traditionellen Funktion als Ort des Diskurses wieder in den Vordergrund. Das Publikum, von dem unweigerlich Konzentration gefordert wurde, fügte sich fast ausnahmslos in seine Rolle und nahm auch Provokatives gelassen hin.

Die angemessene Art der Öffentlichkeitsarbeit erwies sich als ein Kernproblem des *Schönhaus*-Projekts. Zwar ist es verhältnismäßig leicht, die museumsüblichen Mittel der Veranstaltungsankündigung zu aktivieren – vom einfachen Eintrag in örtliche und regionale Veranstaltungskalender bis zur speziell einberufenen Pressekonferenz – doch es ist anzunehmen, daß junge

Leute in der Regel keine Tageszeitungsleser sind und auch keine untypischen Veranstaltungsorte bloß wegen eines Terminhinweises aufsuchen würden. Am Beispiel von *Schönhaus 4* ließ sich verfolgen, daß selbst eine großzügige und positive Presseberichterstattung keinen wesentlichen Besucherzuwachs bescherte. Plakate haben sich als nahezu unwirksam erwiesen, weil es zu wenige Orte gibt, die eine kostenfreie Hängung erlauben, anderenfalls sind die Wände übervoll mit sich gegenseitig überdeckenden Informationen. Als probates Werbemittel lassen sich lediglich Gratis-Postkarten anführen, die vermutlich auf Grund der von den jeweiligen Künstlern gestalteten Motive mitgenommen wurden und somit Neugierde wecken konnten. Das sicherste Werbemittel ist sicherlich persönliche Ansprache bzw. Mund zu Mund-Propaganda. Als zusätzliche Informationsmöglichkeit wurde eine Website (www.schoenhaus-noteingang.de) installiert, die mit der offiziellen Museumswebsite verlinkt wurde. Die Werbewirksamkeit einer solchen Maßnahme läßt sich schwer überprüfen. Die preisgünstige Website übernimmt jedoch auch Aufgaben eines Ausstellungskataloges, da sie neben der aktuellen Information auch Dokumentationsfunktionen bietet.

Zwischen 30 und 80 Besucher (mit leicht ansteigender Tendenz) haben die einzelnen *Schönhaus*-Abende bevölkert, nicht schätzbar hingegen sind die Museumsbesucher, die während der üblichen Öffnungszeiten die jeweiligen Installationen wahrgenommen und mit Interesse betrachtet haben. Grundsätzlich sind kaum negative Reaktionen laut geworden. Von (sach-)verständigem Publikum (Künstlern, Galeristen) wurde meist Ermunterndes aufgenommen: Vor allem daß viel Durchhaltevermögen zu wünschen und von Nöten sei, um mit der guten Idee einer solchen Veranstaltungsform eine angemessen große Besuchermenge zu erreichen.

Andreas Benedict
Stiftung Wilhelm Lehbruck Museum
Düsseldorfer Str. 51
47049 Duisburg

¹ Die Homepage des Museums www.lehmbruckmuseum.de wird zur Zeit renoviert, darunter auch die Darstellung des JKK.

***Atelier surreal* in K20 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen**

Beispiel für gelungenes Sponsoring im Bildungsbereich der Museen

Angela Wenzel

Die Abteilung Bildung und Kommunikation der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen verfügt über einen Schauraum, in dem zu den Sonderausstellungen in K20, dem Haus am Grabbeplatz, begleitende Präsentationen gezeigt werden können.

Zur Ausstellung *Surrealismus 1919-1944*. Dalí, Max Ernst, Magritte, Miró, Picasso ... lädt die Abteilung ins *atelier surreal* ein. Dort werden bildnerische Techniken der Surrealisten – das Schreibspiel *Le cadavre exquis*, das automatische Schreiben und Zeichnen, die Décalcomanie sowie die Collage und das Rayogramm – vorgestellt. Für jedes Verfahren ist eine Experimentierstation entwickelt worden, an der die jeweilige Technik nicht nur mit Texten und Bildreproduktionen erläutert wird, sondern direkt an Ort und Stelle ausprobiert werden kann.

Die Einrichtung des *atelier surreal* wurde durch einen Sponsor ermöglicht, die Firma Waterman, die Schreibgeräte für den gehobenen Bedarf herstellt. Für den Bildungsbereich eines Museums Unterstützung zu finden ist nicht einfach, weil hier ein Engagement für die Ansprechpartner in der Wirtschaft auf den ersten Blick weniger attraktiv erscheint als im Ausstellungsbereich, der in der Öffentlichkeit die größere Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Die Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen verfügt über einen eigenen Fundraiser. Er hatte bereits im vergangenen Jahr die Unterstützung der Bethmann-Bank für die Umwandlung des Schauraums der Abteilung Bildung und Kommunikation in ein Kino vermittelt, in dem ein eigens produzierter Film zur Ausstellung *Die andere Moderne*. De Chirico/Savinio gezeigt wurde.

In Zusammenarbeit mit dem Fundraiser wurden auf der Grundlage des Präsentationskonzeptes zunächst wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Sponsorensuche geklärt. Schnell wurde deutlich, daß der Anknüpfungspunkt bei der Auswahl potenzieller Geldgeber der Umgang mit den Materialien sein könnte, also mit Bleistiften und Schreibgeräten, da die Revolution der surrealistischen Techniken ihren Ursprung im automatischen Schreiben der Literaten hatte.

Bei allen Überlegungen blieb immer im Blick, daß Sponsoring nicht die Verteilung von Geschenken bedeutet, sondern auf einer geschäftlichen Beziehung beruht, in der für Leistungen vertraglich zu fixierende Gegenleistungen erbracht werden.

Der Sponsor wird nur dann tätig, wenn er weiß, was er für sein Geld bekommt. Dazu gehört zuerst, welche Besuchergruppen angesprochen

gen abgesprochen. Wichtig ist auch, dem Sponsor die Möglichkeit von Abendveranstaltungen mit Führungen einzuräumen.

Im zweiten Schritt wurde dem Sponsor ein exaktes Modell des Ausstellungsdesigns und der Einrichtung des Raumes vorgestellt, das auf Anhieb überzeugte. Es wurde von der Firma Spiler, Hassinger und Hassinger in Zusammenarbeit mit der Abteilung Bildung und Kommunikation entwickelt. Voraus gingen intensive Gespräche über Konzept und Gestaltungsmöglichkeiten und ein genaues Studium des Erscheinungsbildes von Waterman, das heißt von Produkten, Werbeprospekten und Internetseite. Sowohl Museum als auch Waterman legten Wert auf eine dezente Erscheinung der Firma im Präsentationskontext. Aufdringliche Werbung würde sich in ihr Gegenteil verkehren.



und erwartet werden und mit welcher Besucherzahl voraussichtlich gerechnet werden kann. Das Publikum der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen zeichnet sich durch ein hohes Bildungsniveau und gehobene Bedürfnisse aus. Für die Surrealismus-Ausstellung gab es eine Besucherprognose, auf deren Grundlage ein auf der Erfahrung mit früheren Präsentationen beruhender Prozentsatz von Besuchern des Schauraums angenommen werden konnte. Die ersten Kontakte stellte der Fundraiser her. Er ist derjenige, der die Hierarchie der Firmen kennt und einschätzen kann und der weiß, wie die potenziellen Partner angesprochen werden müssen. Die Abteilung Bildung und Kommunikation formulierte ein klares und schlüssiges Konzept, mit der Geschäftsführung wurden Angebote zur Platzierung des Sponsornamens und die Anzahl von Freikarten und verbilligten Katalo-

Der frühere Stammsitz der Firma Waterman war Paris. Schon dadurch ist ein Bezug zur surrealistischen Bewegung gegeben, die sich in der französischen Hauptstadt zusammenfand. Im Ausstellungsdesign wird die Firmenfarbe Ultramarinblau aufgegriffen, die gleichzeitig eine zu den Inhalten der Präsentation passende schwebende Atmosphäre schafft. Auf die Fenster des Schauraums sind Zitate surrealistischer Künstler in Originalschriftzügen geplottet. Das Außenschild zeigt André Breton am Schreibtisch, einen Füllfederhalter in der Hand. Die Bleistifte, die an den Experimentierstationen ausliegen und in den Kursen und Veranstaltungen mit praktisch-bildnerischem Arbeitsanteil benutzt werden, wurden vom Sponsor gestellt. Sie können von den Besuchern mitgenommen werden.

Die Präsentation schafft sowohl inhaltlich als auch gestalterisch eine gelungene Verbindung zwischen den Anliegen des *atelier surreal* und den Anliegen von Waterman. Sie wurde ermöglicht durch präzise Vorbereitung schon bei der Auswahl der möglichen Ansprechpartner, die gründliche Abwägung der Ziele und die enge konzeptionelle Zusammenarbeit aller Beteiligten. Sie kann als Modellfall für ein Sponsoring im Bildungsbereich der Museen betrachtet werden.

Angela Wenzel
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Kunstsammlung NRW
Grabbeplatz 5
40213 Düsseldorf

„Lebende Bilder“ und vermittelndes Spiel

Ein Versuch, unterhaltende und bildende Aspekte in der Kunstvermittlung zusammenzuführen

Jürgen von Schemm

Die „Lange Nacht der Museen“, 1999 in Mannheim und Ludwigshafen eingeführt und inzwischen zum Großspektakel im Rhein-Neckar-Dreieck um die Stadt Heidelberg erweitert, ließ auch in der Kunsthalle Mannheim die Diskussion um die Positionierung der Museen in einer Zeit der „Eventkultur“¹ wieder einmal aktuell werden. Da ich die Auffassung vertrete, daß sich die Museen komplementär zur Konsumindustrie auf ihr eigenes „Kapital“ und ihre museumsspezifischen Möglichkeiten besinnen sollten und das Museum nicht seinen eigenen „Ausverkauf“ betreiben darf, indem der ehemalige Musentempel zum austauschbaren Ort für Disco, Modenschau, Kabarett und anderes gemacht wird, bleibt auch in den Museumsnächten das Motto „Kunst kann Spaß machen“ für die Kunstvermittlung in der Kunsthalle Mannheim die Orientierung. Hiermit ist angesprochen, daß Kunst nicht zum Spaßfaktor degeneriert, es jedoch durchaus vielfältige Möglichkeiten gibt, die bildende Kunst Groß und Klein auf eine lebendige und nachhaltige Weise nahezu bringen. Die Besucher² zu einem „befreienden Lachen“ zu animieren, um so die für manche nach wie vor einschüchternde museale Atmosphäre aufzulockern und eine nachhaltigere Aufnahmebarkeit zu erwirken, halte ich dabei für nichts Ehrenrühriges.

Anknüpfend an den großen Erfolg mit dem lebendigen Bild von Anselm Feuerbach: *Hafis vor der Schenke* in der Museumsnacht im Jahr 2000, bei dem sich über 100 Besucher mit Digitalkamera als „Hafis“, „Lustknabe“ oder liegenden „Rückenakt“ fotografieren ließen³, suchte ich nach weiteren Vermittlungswegen, die Kunstrezeption zu intensivieren, d.h. die Besucher nicht nur kognitiv, sondern auch emotional anzusprechen. So versuchte ich im folgenden die Tradition der „Lebenden Bilder“⁴ mit dem in Berlin und München entwickelten „Cicerone-Projekt“ zu verbinden. Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker waren bei Letztgenanntem in der dortigen Museumsnacht bei einzelnen bedeutenden Kunstwerken positioniert, über die sie in einem regelmäßigen Zeitrhythmus informierten.

Für die Museumsnacht im Jahr 2001 erarbeitete ich gemeinsam mit einzelnen Mitarbeiterinnen

und einem Mitarbeiter der Kunstvermittlung, unterstützt von der Theaterpädagogin Elke Bauer und der Maskenbildnerin Gerlinde Maue, in der Kunsthalle Mannheim „Lebende Bilder“ zu folgenden Werken:

Anselm Feuerbach: *Medea mit dem Dolche*, 1871

Edouard Manet: *Die Erschießung des Kaiser Maximilians von Mexiko*, 1868/69

Ferdinand Hodler: *Das Lied aus der Ferne*, 1906

Max Liebermann: *Schweinemarkt in Haarlem*, 1884

Oskar Kokoschka: *Mädchenbildnis*, 1913

Max Beckmann: *Pierrette und Clown*, 1925

Wir entwickelten jedoch nicht nur die aus der Kunsttradition bekannten „Lebenden Bilder“ als Standbilder oder illustres Gesellschaftsspiel,



Spiel von Evelyn Brinkmann zu: Ferdinand Hodler, „Das Lied aus der Ferne“, 1906. Foto: J. v. Schemm

sondern versuchten, einige zentrale Aspekte des jeweiligen Gemäldes im Spiel zu vermitteln.

Diese Aspekte konnten und sollten jedoch nicht über eine vorgegebene Regie und einen festgelegten Text erarbeitet werden, da die Mitarbeiterinnen und der Mitarbeiter der Kunsthalle über keinerlei schaupielerische Erfahrung verfügten. Daraus ergab sich die Notwendigkeit einer methodischen Erarbeitung auf der Basis persönlicher Affinität zu einer Bildfigur und einer intensiven Vertrautheit mit dem jeweiligen Werk, die sich natürlich aus den Vermittlungserfahrungen speiste. Dieser erste Prozeß war der schwierigste, denn es war meine Aufgabe, Vorschläge motivierend zu unterbreiten, die Mut und Laune machten, sich auf das Wagnis einzulassen eine bestimmte Bildfigur zu spielen, die zum Teil auch sehr das eigene Gefühlsleben durcheinander brachte.

Aber alle wuchsen in dem „persönlichen“ Spiel auch über sich hinaus, indem sie völlig neue Seiten in sich entdeckten, die sie jetzt im Spiel erproben konnten. In der Rolle der perfekt gekleideten und geschminkten Bildfigur kann manches viel authentischer und unmittelbarer verbal und vor allem auch nonverbal zur Sprache gebracht werden, was im herkömmlichen Kunstgespräch nicht ohne weiteres vermittelbar ist. Die professionelle Einkleidung und Maske, für die wir die Unterstützung des Mannheimer Nationaltheaters bekamen und die Schneiderkünste einer Mitarbeiterin der Kunstvermittlung, erwiesen sich als ein nicht zu unterschätzender Faktor, um den „Laien“ die Einfühlung und das Spiel zu erleichtern. Dem Stirnrunzeln von kunsthistorischer Seite, das inzwischen vielleicht eingesetzt hat, möchte ich entgegen halten, daß jedem Spiel ein vertieftes Werkstudium voranging und im Spiel nur ausschließlich das zur Sprache kam, was dem jeweiligen

Gemälde und Künstler angemessen ist⁵ und von der entsprechenden Person auch spielbar war. Maximilian, Quappi, Medea etc. agierten zwar auf der Basis eines fiktiven Subtextes, doch erhellte das Spiel nicht nur den historischen und/oder biografischen Kontext, sondern schärfte auch das Sehen der Besucher im Hinblick auf das Kunstwerk.

Es ist hier leider nicht der Raum, alle Aspekte und Erfahrungen darzulegen, da ich es vorziehe, das Skizzierte mit Dokumentationsfotos zu veranschaulichen. Doch erwies sich das Spiel als großer Erfolg in zweifacher Hinsicht⁶, insofern nicht nur das Publikum begeistert war, sondern die Spielenden in komprimierter Form Erfahrungen darüber sammelten, was Sprachmodulation, Körpersprache und alles, was zu einer lebendigen Kunstvermittlung dazu gehört, bewirken können, wenn wir die Besucher nachhaltig ansprechen



Spiel von Kerstin Weinberger zu: Max Beckmann, „Pierrette und Clown“, 1925. Foto: J. v. Schemm

Spiel von Anna Matukiewicz zu: Honoré Daumier, „Ratapoil“, um 1851. Foto: Katrin Schwab

Spiel von Evelyn Brinkmann zu: Niki de Saint Phalle, „Schwarze schwangere Nana“, 1968. Foto: Katrin Schwab



möchten. Vor allem die Nachhaltigkeit ist es, die meines Erachtens die Qualität dieser spielerischen Vermittlung ausmacht, denn ein gespieltes Bild vergißt man nicht so schnell.

Diese positiven Erfahrungen⁷ machten Mut, uns in der nächsten Museumsnacht der noch wesentlich größeren Herausforderung zu stellen, einige Skulpturen aus der bedeutenden Skulpturensammlung der Kunsthalle lebendig werden zu lassen. So agierten 2002 erstmals folgende Skulpturen:

Auguste Rodin: *Eva*, 1881
 Honoré Daumier: *Ratapoil*, um 1851
 Niki de Saint Phalle: *Schwarze schwangere Nana*, 1968
 George Segal: *Man in a deck chair drinking*, 1968

Dabei hatte unbestritten die Kunstvermittlerin Evelyn Brinkmann in der Rolle der Nana den anspruchsvollsten Part. Sie tat sich im wörtlichen und übertragenen Sinne besonders schwer mit meiner Eingangsforderung, für die „Einführung“ in die Plastik eine Symbiose zwischen Alice Schwarzer und Verona Feldbusch zu imaginieren, um dann aber mit um so größerem Elan an und in ihrem voluminösen Kostüm erfolgreich zu schwitzen.

Die lebenden Skulpturen erfreuten sich noch größerer Beliebtheit als die lebenden Bilder und

ließen den Wunsch nach einer „Nacht der Skulpturen“ als eigene Veranstaltung der Kunsthalle aufkommen, ohne den üblichen Rummel der „Langen Museumsnächte“. In der dann am 11. Oktober 2002 stattfindenden Skulpturenennacht wurde nun das zum Teil kurze Spiel ergänzt um weitere kunsthistorische Hinweise und Erläuterungen zum jeweiligen Werk meinerseits, da die Neugier des Publikums durch das Spiel auf faszinierende Weise geweckt war und dieses wie ein Strohfeder entfachte Interesse natürlich auch befriedigt werden mußte.

Wir konnten mit unserer „Nacht der Skulpturen“, die auch um weitere Vermittlungsangebote ergänzt war⁸, unter Beweis stellen: Auch im Kunstmuseum sollten wir uns dem Lebensmotto von Jean Tinguely: „Stillstand gibt es nicht!“ verpflichtet fühlen und den Eventrummel der immer mehr ausufernden Museumsnächte zum Anlaß nehmen, *auf die Kunst bezogene Möglichkeiten* für ein lebendiges Museum zu erarbeiten und zu nutzen.⁹

Jürgen von Schemm
 Kunstvermittlung
 Städtische Kunsthalle Mannheim
 Moltkestr. 9
 68165 Mannheim
 fon: 0621/293-6440
 juergen.schemm@mannheim.de

- ¹ Siehe hierzu auch meinen Beitrag: Event und Bildungsauftrag – Neue Wege in der Kunstvermittlung. In: Güntherroth, Nele und Vogt, Arnold (Hg.: Reiseziel: Museum. Freizeitqualität durch Zusammenarbeit von Museen und Touristik. Reihe Wunderkammer Bd. 2, Verlag Dr. C. Müller-Straten München 2001, S. 152-165
- ² Ich bitte alle Kolleginnen um Verständnis, daß ich, wegen der geforderten Kürze, nicht immer auch die korrekte weibliche Form benutze und mich der verstümmelten Form.../Innen verweigere.
- ³ Siehe hierzu: Kindler, Gabriele (Hg.): MuseumsTheater. Theatrale Inszenierungen in der Ausstellungspraxis. Bielefeld 2001, S. 175-177
- ⁴ Siehe hierzu: Jooss, Birgt: Lebende Bilder. Körperliche Nachahmung von Kunstwerken in der Goethezeit. Berlin, Reinbek 1999
- ⁵ Ein von mir begangenes „Sakrileg“ möchte ich hier jedoch eingestehen. Die „Dienstmagd“ des Marktbildes von Liebermann spricht mit hinreißendem Elan pfälzisch, denn damit überwand sie ihre anfänglichen Spielhemmungen und wurde erst so authentisch, wie es das Bild fordert.
- ⁶ Eigentlich sogar in dreifacher, da es uns gelang, auch die skeptischen Kuratoren zu überzeugen!
- ⁷ Es waren im Anschluß an die Museumsnacht auch immer wieder einzelne Auftritte von Bildfiguren als Sonderveranstaltungen gefragt.
- ⁸ Das in der Museumsnacht 1999 mit nie gedachtem Anklang erstmals installierte Dunkelkabinett zum Ertasten von Skulpturen; die Eröffnung der kleinen Ausstellung „Johannes Brus“ sowie 15minütige Kunstgespräche zu Exponaten der Sonderausstellung „Jean Tinguely“.

- ⁹ Es soll hier nicht versäumt werden, die Kunstvermittlerinnen und Kunstvermittlern der Kunsthalle Mannheim noch persönlich zu nennen, ohne deren großes Engagement die Aktionen nicht realisierbar gewesen wären: Karola Miller-Held als Feuerbachs *Medea* und Segals *Man in a deck chair*, Olaf Mückain als Manets *Maximilian*, Evelyn Brinkmann als Hodlers Frau und Niki de Saint Phalles *Nana*, Stefanie Höhn-Pföhler und Philip Weinberger als Liebermanns *Magd und Junge*, Anne Leeb als Kokoschkas *Mädchen*, Kerstin Weinberger als Beckmanns *Quappi*, Simone Müller als Rodins *Eva*, Anna Matukiewicz als Daumiers *Ratapoil*.

Spiel von
Simone Müller
zu: Auguste
Rodin, „Eva“,
1881.
Foto: Katrin
Schwab



Wunderkammer versus Wunderland

Ein Beitrag zum Umgang mit Exponaten

HG Merz

Seit der Gründung meines ersten Büros im Jahr 1983 bewegt sich meine Arbeit in Randgebieten der Architektur und reicht vom Umbau bzw. der Erweiterung eines Gebäudes über die Konzeption und Gestaltung von Ausstellungen oder Museen, bis hin zu ihrem grafischen Erscheinungsbild.

Immer beschäftigt mich der Umgang mit Artefakten, mit Exponaten im weitesten Sinn. Es gibt dabei wenig Spektakuläres, meist spielt sich die Arbeit im Stillen ab, Ziel ist die Gestaltung des dienenden Umfelds für Kulturgüter jeglicher Art.

Museen herkömmlicher Art befinden sich heute im Ringen um die Gunst der Besucher in direkter Konkurrenz zu den Erlebniswelten der Einkaufszentren, Freizeitparks, Science-Centers und – im Zeitalter nahezu unbegrenzter Mobilität – auch mit allen anderen Museen rund um die Welt.

Der gesamte Kontext, in dem sich Museumsbesuche abspielen, muß also neu durchdacht werden – aber sicher nicht so, wie all die Disneylands, Expos und Autostädte es lautstark demonstrieren. Die in den 90er Jahren sprunghaft gewachsenen Möglichkeiten der Informationsvermittlung haben Museen und Ausstellungen mit Beiwerk so überfrachtet, daß wir uns fragen müssen, ob in erster Linie die Ausstellungshilfsmittel, die didaktischen Vermittlungseinheiten und vor allem die Ausstellungsgestalter selbst ausgestellt werden bzw. sich ausstellen und nicht mehr die eigentlichen Ausstellungsgüter.

Im Gegensatz zu diesen „Wunderländern“, wie ich sie nennen möchte, haben die Museen jedoch ein Kapital, das einzigartig ist: die Artefakte und auratischen Exponate mit ihrer Authentizität und ihrer Ausstrahlung. Diese Schätze müssen wir erstrangig pflegen und nicht ihre Popularisierung und Vermarktung mit fragwürdigen Mitteln.

Das Museum muß sich auf seine originären Aufgaben besinnen, es soll

- zum Staunen und spielerischen Lernen anregen,
- Erfahrungen ermöglichen, die an anderen Orten so nicht machbar sind,
- die historische Distanz, die Historisierung der Wahrnehmung erlebbar und deutlich machen
- und die jeweils individuelle Deutung der Dinge und ihrer Zusammenhänge ermöglichen und befördern.

Dies alles kann nur mit Hilfe der Exponate geschehen, das heißt, wir sollten das *Original* und

den *Ort des Originals* wieder zu einem einzigartigen Erlebnis machen, wir sollten den USP – den unique selling purpose – des Museums wieder schärfen. Der Drang nach Authentischem wird in Zeiten virtueller Überpräsenz größer. Diese Chance sollten wir nutzen und zwar nicht, indem wir Museen als visuelle Gerümpeltotale einrichten, sondern indem wir sie intelligent auf das Wesentliche reduzieren – auch auf die Gefahr hin, daß sie elitärer werden.

Das Beispiel der Vorläufer unserer Museen, der Kunst- und Wunderkammern des 16. bis 18. Jahrhunderts, zeigt wesentliche Ansätze für ein solches Umdenken. Die Wunderkammer war ein Sammlungstyp, dessen Prinzip das universelle Sammeln war. Charakteristisch für die Präsentation der Exponate war das durchdachte Spiel mit vermeintlichem Chaos und strenger Ordnung: Einerseits finden wir wilde Kombinationen ganz unterschiedlicher Stücke, gleichzeitig sind die gezeigten Dinge jedoch einer strengen, geradezu peniblen Systematik unterworfen. Ausstellungshilfsmittel finden nur sparsam Verwendung. Die entscheidende Inszenierungsidee ist die Kombinatorik, die Auswahl und Zusammensetzung – die Exponate verstärken sich gegenseitig. Ebenso wichtig ist, daß nur *Originale* gezeigt werden, Gegenstände mit jener besonderen Gefühlsqualität, die dem authentischen Exponat eigen ist und die Walter Benjamin als „Aura“ bezeichnete.

Es gibt heute durchaus wieder Museen, die diesen Aspekt aufnehmen und die Metamorphose von einem Themenmuseum des 19. Jahrhunderts zu einer Wunderkammer des 21. Jahrhunderts perfekt bewerkstelligt haben.

Ein gelungenes Beispiel ist das Musée D'Histoire naturelle in Paris. Neu und intelligent zusammengesetzt werden die alten und altbekannten Exponate plötzlich dynamisch, erzählen eine Geschichte. Ein Zug der Tiere zur Arche Noah prägt das Museum: Es entstehen spannende Kombinationen und äußerst reizvolle Kontraste, die die Phantasie beflügeln, zu eigenen Deutungen anregen oder den Betrachter einfach zum Staunen bringen.

Die für mich faszinierendste Ausstellung im Jahr 2000, „Theatrum naturae et artis“, im Gropius Bau in Berlin, zeigte in einer von Understatement geprägten Inszenierung die Archivalien der Berliner Universitäten. Diese umfangreiche Sammlung, organisch und konsequent über zwei Jahrhunderte gewachsen, wurde in ihrer auratischen Ausstrahlung durch die diskrete, bis ins Detail sorgfältig durchdachte Ausstellungsgestaltung nie beeinträchtigt, sondern subtil gefördert. Die Kombination mit zeitgenössischer Kunst ermöglichte eine geistreiche, teilweise witzige Auseinan-

dersetzung mit den Exponaten. Insgesamt auch ein glänzendes Beispiel dafür, wie wichtig es ist, sich an den von Peter Sloterdijk bereits vor 12 Jahren konstatierten „Skandal der Unterforderung“ zu erinnern. Immer wieder lassen Museen ihre kostbaren Potenziale sträflich ungenutzt, unterfordern den Besucher in wirklich skandalöser Weise.

Ehe ich kurz auf einige Beispiele meiner eigenen Arbeit eingehe, zusammenfassend vier aus dem bisher Gesagten destillierte Hauptaussagen zum Wesen richtig verstandener Ausstellungsgestaltung:

- *Ausstellungen gestalten und inszenieren heißt vor allem ordnen und Bezüge herstellen.* Es ist ein Irrtum zu glauben, Gestaltung bedeute vorrangig Ausstellungsmittel zu entwerfen und die Exponate darin zu arrangieren.

- *Ausstellungsgestaltung hat unterstützende Funktion und soll nicht sich selbst ausstellen.* Die Exponate sind die Hauptakteure. Ihre Authentizität darf durch falsche Wirklichkeiten und Medienüberfrachtung nicht in Frage gestellt werden. Wenn Echtes und Unechtes nicht mehr zu unterscheiden ist, werden die Exponate wertlos. Das Museum liefert die Referenz für das Original.
- *Ausstellungsgestaltung ermöglicht die Ausbildung des historischen Empfindens, schärft die Distanz.* Dinge, die sich durch die Überführung ins Museum verändern und zu authentischen Zeichenträgern werden, dürfen nicht durch ihre Präsentation nach heute gezogen werden. Die historische Distanz muß gewahrt werden.
- *Ausstellungsgestaltung läßt Leerstellen und fördert eigene Deutungen.*

Exponate sind in zweifachem Sinn Fragmente:

Sie sind zum Teil nur bruchstückhaft erhalten und sie sind aus ihren ursprünglichen Zusammenhängen gerissen, sie sind „familienlos“. Dies erzeugt beim Betrachter Imaginationen, eigene Vorstellungen, macht ihn selbst zum Akteur; „der Film läuft im Kopf des Besuchers ab“ und nicht etwa in aufwendigen Inszenierungen.

Die Umsetzung des Gesagten in Museums- und Ausstellungsarchitektur, wie sie von mir und meinen Mitarbeitern praktiziert wird, erläutere ich an den folgenden Beispielen:

Das im Jahr 2000 fertig gestellte *Museum für Kommunikation* in Berlin versucht, Artefakte aus 500 Jahren zusammen mit heutigen Entwicklungen auszustellen. Der „Wunderkammergedanke“ manifestiert sich bei diesem Projekt vor allem an zwei Stellen: Der Künstler Stefan Sous zerlegte eine originale Postkutsche so, daß die Dynamik der Bewegung ohne Pferde und ohne die Merkmale einer konventionellen Präsentation spürbar wird und den Besucher zum Staunen und zur phantasievollen Betrachtung anregt. In der Schatzkammer des Untergeschosses sind vollkommen unterschiedliche Exponate vereinigt; jedes dieser Kleinode behält seine Aura, die Geschichten zu den Exponaten entstehen – vorsichtig gefördert durch begleitende Hörprogramme – beim Betrachten.

1998 wurde das *Zeppelinmuseum Friedrichshafen* eröffnet. Dort haben

Museum für die Firma TRUMPF Maschinenbau in Ditzingen

Museum für Kommunikation Berlin





wir in allen Themenbereichen versucht, Vielfalt und Gleichzeitigkeit der Exponate zu zeigen. Die Ausstellungsarchitektur fügt Exponate, Text- und Bilddokumente in einem gebauten Kontext in die im früheren Hafengebäude – selbst ein musealer Gegenstand – vorgefundenen Räume ein. Eine fast 33 Meter lange Teilrekonstruktion des Luftschiffs Hindenburg beherrscht die Ausstellung, macht Hightech der 30er und ihre Dimensionen erlebbar. Eine Synopse der technischen Entwicklungen des Unternehmens zeigt in unterschiedlichsten Facetten eine Wunderkammer des 20. Jahrhunderts. Die Gleichzeitigkeit von Ordnung und vermeintlichem Chaos gibt auch hier dem Besucher genügend Raum, Geschichte individuell zu erleben.

Ein drittes Beispiel: das *Museum für die Firma TRUMPF Maschinenbau* in Ditzingen (2000). Hier schien uns eine thematische Dreiteilung sinnvoll: Erstens die Firmengeschichte als Basis, von der aus sich die technologische Kompetenz von TRUMPF entwickelt. Umgeben von einem Ausblick, den Horizonten, welcher die weltweite Präsenz von TRUMPF verdeutlicht, auch hier organisiert als Synopse, deren Prinzip die Verschränkung einer chronologischen mit einer thematischen Ordnung ist.

Die zweite inhaltliche Ebene hat die Mitarbeiterschaft und den Auftritt der Firma nach außen zum Thema, während die dritte Ausstellungseinheit dem Besucher verdeutlicht, was mit TRUMPF-Maschinen gemacht werden kann,

wo TRUMPF im Alltag direkt oder indirekt eine Rolle spielt. Wieder war das Sinnbild dieser Einheit der Horizont. Dabei ging es nicht darum, den Horizont nachzubilden, es ging darum, Analogien zu finden, die wir mit dem Begriff des Horizonts verbinden und diese in eine Form zu bündeln.

Ich habe versucht zu zeigen, mit welchen Mitteln meine Arbeiten die als grundlegend erkannten Ziele erreicht, die keineswegs nur für technikorientierte Museen gelten! Das Potenzial für den Erfolg steckt immer im authentischen Objekt selbst. Möchte man dieses Potenzial nutzen, ist ein phantasievoller aber behutsamer und subtiler Umgang mit den auszustellenden Kulturgütern der entscheidende Ansatz. Frei nach dem Motto: „Geschmacksverstärker sollte man nur dann verwenden, wenn die Zutaten kaum Eigengeschmack haben.“

Prof. HG Merz
Relenbergstraße 6
70174 Stuttgart

(gekürzter Vortrag vom 6.10.2001 zur Fachtagung „Zeitzeichen – Leitzeichen. Kommunikation im Museum“ in Berlin, veranstaltet vom Bundesverband Museumpädagogik e.V. und dem Arbeitskreis Museumpädagogik Ostdeutschland e.V.)

Ausstellungsmanagement versus Ausstellungspädagogik?

Managementstrategien zu professioneller musealer Objekt-Kommunikation

Volker Rodekamp

Wenn man die gegenwärtig geführte Diskussion um Museografie und Ausstellungsgestaltung verfolgt, so kann sich der Eindruck einstellen, daß die Museumspädagogik kaum noch eine Rolle spielt, auch die Begrifflichkeit scheint tabu zu sein; gerade so als sei die Museumspädagogik in der gegenwärtigen Museums- und Ausstellungspraxis zu einem terminus non gratus mutiert.

Es scheint also etwas in Bewegung geraten zu sein, deren Richtung, geschweige denn deren Zielpunkt noch nicht auszumachen ist. Die Diskussion, ob Museen Lernorte oder Musentempel, curriculare Anstalten oder Orte einer sinnlich organisierten Erkenntnis sind, scheint längst beendet.

Zu der Lernorttheorie, die in den 70er Jahren mit Engagement verfochten wurde, ist die museologische Praxis in den 80er und 90er Jahren auf eine zunehmend deutliche Distanz gegangen. Dem gegenüber steht die wieder aktuell gewordene Suche nach einem neuen museologischen Selbstverständnis und eigenständigem Profil des Museums als Ort des Deponierens und Exponierens authentischer kultureller Überlieferungen. Was Museen und Ausstellungen so erfolgreich und attraktiv macht, ist – um Gottfried Korff zu folgen – neben der Authentizität der präsentierten Objekte und der aktiv aneignenden Rezeptionssituation die besondere Qualität des Museums und seiner Ausstellungen als Orte sinnlicher Erkenntnis. Kuratoren, Ausstellungsmacher, Designer und Künstler befinden sich heute in einem immer schärfer werdenden Wettbewerb. Ist der Museumsgedanke des 19. Jahrhunderts und der damit verbundene wissenschaftliche Anspruch, so ist zu fragen, wirklich noch die Basis der zeitgenössischen Ausstellungspraxis oder sind im Wettbewerb um das Publikum nicht inzwischen Besucherzahl und Frequenz der Medienberichterstattung entscheidendere Leitmotive für Ausstellungsmacher. Dabei geht es längst um internationale Standards des Arrangierens und Interpretierens von Inhalten und Objekten.

In Hannover ist im Rahmen der Expo viel über die neuen Zauberformeln der Museografie, des Ausstellungsdesigns und der „Szenografie“

gesprochen worden. Nach Martin Roth ist Szenografie einfach formuliert „das Handwerk, dreidimensionale Räume so zu inszenieren, so einzurichten, daß Inhalte verstärkt durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und damit intensivierter in der Aussage werden.“ Das wesentliche Grundelement der Szenografie dabei ist die Interpretation der Inhalte mit künstlerischen Mitteln. Es ist heute wichtig für Ausstellungsmacher und Museumsleute zur Kenntnis zu nehmen, daß Museen und Ausstellungsräume zu jenen Orten zählen, in denen Menschen ihre Freizeit verbringen. Dies hat Konsequenzen, bietet Chancen und Gefahren zugleich.

Ein Umdenken wird gefordert, aber dem notwendigen Umdenken steht entgegen, daß Museen von Kulturpolitikern und einem Großteil des Museumspersonals immer noch im traditionellen Sinn als Bestandteil eines umfassenden Bildungssystems verortet werden, quasi als Ergänzung bzw. Fortführung von Schule und Erwachsenenbildung mit anderen Mitteln.

Dem gegenüber wissen wir aus der Besucherforschung, daß etwa zwei Drittel der Besucher in Museen weniger konkrete Wissensvermittlung als anregende Unterhaltung suchen. Das Publikum – selbst das fachkundige – erwartet viel mehr Interpretationen als Informationen. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren nochmals verstärkt und steht in enger Beziehung mit der zuweilen auch kritisch kommentierten Eventorientierung gegenwärtiger Ausstellungspraxis. Da die exponierten Objekte grundsätzlich aus ihrem geistigen, historischen und kulturellen Zusammenhang herausgelöst sind, bedarf es zahlreicher didaktischer und pädagogischer Aktivitäten, um dem Besucher Sinn und Bedeutung der Objekte im Kontext erschließen zu helfen. Der Museumspädagogik als Sammelbegriff für alle personengebundenen und nicht personengebundenen Vermittlungsaktivitäten wird hierbei die Rolle eines Mediators zwischen Museumswissenschaftlern, Ausstellungsmachern und dem Publikum zuerkannt.

Zeitgemäßes Ausstellungsmachen im Museum verlangt somit das produktive fach- und disziplinübergreifende Zusammenwirken unterschiedlicher Professionen und Kompetenzen. Ich plädiere an dieser Stelle vehement für Interdisziplinarität. Eine professionelle museale Objekt-Kommunikation bedarf stets mehrerer ergänzender Kompetenzen, d.h. einer fachlichen Zusammenarbeit auf gleichberechtigtem Niveau von Wissenschaftlern, Pädagogen, Technikern, Ausstellungsgestaltern, Grafikern, Lichtgestaltern, Modellbauern, Multimedia-Spezialisten, ggf. Künstlern, Marketingfachleuten und nicht zuletzt Besucherforschern. Erst aus der Verbindung von begrifflich-diskursivem, bildlich-räumlichen und technisch-praktischem Denken entwickeln sich aus Objekten und

Ideen Ausstellungen als unverwechselbare Orte, die den Besucher emotional bewegen und kognitiv ansprechen, wie Ina Diana Mazzoni es vor kurzem formuliert hat. Dabei ist von zentraler Bedeutung, den Prozeß der Ausstellungsarbeit – nicht wie bisher in der Regel praktiziert – parzelliert und additiv zu verstehen. Es ist immer noch gängige Praxis, daß Kuratoren und Museumswissenschaftler, legitimiert durch das Fundament ihrer wissenschaftlichen Forschung, Ausstellungsthemen ebenso vorgeben wie die Auswahl der zu präsentierenden Objekte. Häufig wird erst nach Abschluß der inhaltlichen Vorarbeiten ein Ausstellungsgestalter hinzugezogen. Hat die Ausstellung dann endlich Gestalt gefunden, werden in einem dritten und letzten Schritt die Museumspädagogik und weitere Kommunikatoren, Übersetzer und Vermittler bemüht, um das Verständnis für die zuweilen unklar gebliebenen Zusammenhänge bei dem Betrachter herzustellen. Daß der Besucher bei dieser Denkungsart als schwächstes Glied in der Kette erst am Prozeßende eine Rolle zu spielen beginnt, komplettiert dieses fragwürdige Szenario. Würde der Besucher als gleichberechtigter Partner verstanden und ernstgenommen, dies ist meine Überzeugung, sähen Museen anders aus, wären Ausstellungen attraktiver und würden eine breitere Öffentlichkeit erreichen.

Professionelle museale Objekt-Kommunikation ist die Kunst, über die Entstehungsebene der Dinge hinaus den Betrachter auf Begründungs- und Bedeutungszusammenhänge aufmerksam zu machen oder, anders formuliert, aus der Lust am Schauen eine Lust am Verstehen werden zu lassen. Ausstellungsmanagement und Ausstellungspädagogik bilden hierbei allerdings kein *versus*, sondern ein *cum*. Durch die Definition von Michael Parmentier über die Hauptaufgaben und das Selbstverständnis der Museumspädagogik, „*die Dinge der Vergangenheit durch die komplementären Operationen von Zerlegung und Arrangement und unter Einbeziehung aller Parameter von Licht, Farbe und Architektur für die Menschen der Gegenwart zu einer zukunftsweisenden Wirkung zu bringen*“ ist die Nähe zum Ausstellungsmanagement hergestellt. Die „*Modebegriffe*“ der Museografie, Ausstellungsgestaltung, Design, Szenografie und Besucherorientierung haben die Diskussionen zunehmend überlagert. Ich kann Sie nur ermuntern, den Standort der Museumspädagogik deutlich und selbstbewußt zu artikulieren.

Dr. Volker Rodekamp
Direktor des Stadtgeschichtlichen Museums Leipzig
Altes Rathaus/ Markt 1
04109 Leipzig
(gekürzter Vortrag vom 6.10.2001 zur Fachtagung „Zeitzeichen -
Leitzeichen. Kommunikation im Museum“ in Berlin, veranstaltet
vom Bundesverband Museumspädagogik e.V. und dem Arbeitskreis
Museumspädagogik Ostdeutschland e.V.)

Look and feel good

Navigation als Strategie des kulturellen Knowledge-Transfer in Online- und Offline-Anwendungen

Harald Krämer

Als der 58jährige Eugène Delacroix im Sommer des Jahres 1856 die erste Eisenbahnfahrt seines Lebens unternahm, schrieb er als unmittelbaren Eindruck nieder: „*Sehen bedeutet nichts mehr. Man kommt an, um abzureisen*“. Anderthalb Jahrhunderte später scheint sich der Eindruck Delacroix' zu bewahrheiten und darf heutzutage durchaus als Warnung, aber auch als Aufforderung verstanden werden. Durch die einschneidenden Veränderungen der Informations- und Kommunikationstechnologie, durch die Bilderfluten an digitalen Reproduktionen verstärkt, unterliegen die klassischen Aufgabenbereiche der Museen gegenwärtig einem tiefgreifenden Bedeutungswandel. Noch legitimieren und konstituieren Museen Werte; doch das Museum ist nichts Besonderes mehr; es ist nur noch ein Ort von vielen, an dem Kunst, Wissen und Geschichte erfahrbar wird. Während die Museen damit ringen, nicht gänzlich von den Herausforderungen der Freizeitkultur vereinnahmt zu werden, fordern die Besucher immer stärker das Recht zur Mitsprache. Die Funktion des Publikums bestimmt zunehmend die Aufgaben des Museums.

Derzeit findet die Transformation des Museums von einer Stätte des Bewahrens, Vermittelns, Sammelns und Forschens zu einer Stätte der Produktion von Kunst, von Geschichte, Gedächtnis, Bedeutung und Entertainment statt. Die Modevorteile dieses Geschehens lauten *Mixing Realities*, *Virtuelle Welten* und natürlich die vielgepriesene Interaktivität. Transparenz, Mobilität und dialogische Kommunikation werden zu den wesentlichen Kennzeichen einer Vermittlung, die auf Bedürfnisse ihrer Besucher und Benutzer reagiert, Strategien einer aktiven Wahrnehmbarkeit von Kunst und Wissen entwickelt und somit mitwirkt und agiert.

Als eine wahrhaft heterotropische Stätte wird das Museum zu einer universalen Manifestation der audio-visuellen und multimedialen Kultur. Diesen Veränderungen im Bereich der Vermittlung liegt ein erweiterter und aktiv zu gestaltender Dokumentationsbegriff zugrunde, wie er im Besonderen durch die grenzenlose Vielfalt zeitgenössischer Kunstwerke eingefordert wird. Dieser sich gegenwärtig manifestierende Dokumentationsbegriff, so ein Ergebnis des Forschungsprojektes *Dokumentation zeitgenössischer Kunst* des

Forschungskollegs *Medien und kulturelle Kommunikation* der Universitäten Köln, Aachen und Bonn kann paradigmatisch mit den Begriffen Konstruktion, Kommunikation und Navigation umschrieben werden.¹

Gerade die beiden letztgenannten Begriffe der Kommunikation und Navigation erweitern den eher statischen Informationsbegriff um den Mehrwert einer Dokumentation, die als eine sich permanent erweiternde Struktur zu verstehen ist, welche von den Produzenten und den Konsumenten gleichermaßen kreativ und strategisch genutzt werden darf, soll und kann. Denn gegenwärtig fließen noch viel zu selten die durch den Betrachter und Benutzer gemachten Erfahrungen der Knowledge Base, also dem kulturellen Organisationsgedächtnis des Museums wieder zu.²

Die meisten Vermittlungsangebote sind typische Einweg-Kommunikationsformen, doch Kommunikation ist unbedingt als Work in Progress zu verstehen und umfaßt unterschiedliche Formen des Austauschs mit dem und über das Kunstwerk und seiner Geschichte(n). Navigation dient der Unterstützung der Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Zielgruppen und der Hinführung auf Informationen und Inhalte. Hierzu bedient sich die Navigation Strategien, die als Dramaturgie oder Storyboard verstanden sein wollen. Gute Navigation sollte demnach keineswegs nur als Mittel zum Zweck verstanden werden, sondern als wesentlicher Bestandteil der inhaltlichen Aussage, die bestenfalls zu Dialog und Widerspruch mit den Besuchern und Benutzern führt.³

Anhand ausgewählter Fallbeispiele sollen im Folgenden kurz einige der Möglichkeiten gelungener Navigation skizziert werden. Hierbei deckt die Navigation unterschiedliche Funktionen ab:

1. Strategie, die einer zielgruppenorientierten und thematisch reflektierten Vermittlung gilt,
2. Zielgruppenorientierte Bereitstellung von individuell wählbaren „Möglichkeiten“, um eigene Erfahrungen zu machen,
3. Wesentliches Element der Inszenierung von Artefakten,
4. Storyboard bzw. eine Dramaturgie der Vermittlung
5. Handbuchlose, selbstlernende und verständliche Form der Benutzerführung,
6. Navigation durch Farben, Icons, Text und Sound im Sinne eines gelungenen Interface-Design,
7. Zusammenwirken all dieser Faktoren, da häufig nicht die Inhalte, sondern deren graphische Umsetzung, sozusagen die Beseelung des Themas mithilfe eines ansprechenden Navigations-Design, entscheidend für die Bereitschaft des

Besuchers zum Einlassen auf ein Objekt oder ein Thema ist.

Angesichts der Themenstellung wird bei den Fallbeispielen zwischen online- und offline-Anwendungen nicht unterschieden. Hierbei ist angesichts der vorhandenen Fülle an multimedialen Anwendungen selbstverständlich eine Beschränkung unumgänglich. So dient *Anna Oppermann* als gelungenes Beispiel für einen dokumentations-wissenschaftlichen Ansatz der Vermittlung und der Rekonstruktion eines komplexen künstlerischen Bild-Text-Gefüges. Als Lernkurs wurde *William Forsythe* ausgewählt, der zugleich als Zeitzeuge und Interpret seiner selbst auftritt. Sowohl *Kunst und Industrie, Exploring Picasso's La Vie* als auch *Points of Departure* geben einen Einblick in die gekonnte Inszenierung und Entwicklung anregender Dramaturgien in der Vermittlung kultur- und kunstgeschichtlicher Themen. Während *Vienna Walk* der navigatorischen Erkundung eines realen Ortes dient, werden mit dem derzeit entstehenden Projekt *Virtueller Transfer Musée Suisse* neue experimentelle Wege in der Kommunikation mit den Besuchern und Benutzern beschrritten.

Anna Oppermann

Die vollständig in HTML geschriebene CD-ROM *Anna Oppermanns Ensemble „Umarmungen, Unerkklärliches und eine Gedichtzeile von R.M.R.“* (1998, Forschungsstelle Kulturinformatik Universität Lüneburg) ist ein hypermediales Bild-Text-Archiv. Als ein komplexes Geflecht von ikonographisch-ikonologischen Ansätzen, unterstützt es ebenso eine semiotisch-sigmatische Lesbarkeit des Kunstwerks und zeigt des weiteren auch komplexe Kontextbezüge zu kulturellen, sozialgeschichtlichen, naturwissenschaftlichen und politischen Hintergründen durch Zitate und Verweise auf.

Der von Carmen Wedemeyer und Martin Warnke gewählte Ansatz fordert ein aktives Rezipienten-Verhalten und bietet aufgrund der vielschichtigen Möglichkeiten des Zugriffs einen maßgeblichen Mehrwert an Informationen gegenüber der stark auratischen Präsenz des deinstallierten Ensembles der Künstlerin Anna Oppermann. Der Benutzer navigiert durch einen wahren Kosmos, der durch das zugrundeliegende Quellenmaterial, den Anmerkungen und Bearbeitungen der Künstlerin und durch die wissenschaftlich kommentierte Sacherschließung entstanden ist und erhält neben dem Zugriff auf das Vorhandene auch gehaltvolle Querverbindungen. So wird nicht nur der Content der benutzten Materialien, sondern auch der Context der künstlerischen Intervention erfahrbar.

William Forsythe

Diesem eher kosmischen Modell der Wissensverwaltung steht die starke Reduktion auf ein spezifisches eng begrenztes Thema entgegen. Bei der CD-ROM *William Forsythe: Improvisation Technologies* (1999, Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe; Deutsches Tanzarchiv Köln) kommt das Modell der *oral history* zum Tragen, die es erlaubt, verstärkt künstlereigene Statements in die Vermittlung einfließen zu lassen. Unterstützt durch audiovisuelle Medien, eröffnet die Oral History den reichhaltigen Erinnerungsschatz noch lebender Informanten als Zeitzeugen. Der Choreograph mutiert vom Lehrmeister zum Moderator, zum Interpreten seines Schaffens. Die von Forsythe gegebenen Erläuterungen tragen nicht nur zu einem erweiterten Verständnis der seiner Choreographie zugrunde liegenden Gedanken bei, sondern ermöglichen auch die Begegnung mit dem Original. Das Medium des Hypervideos wird brillant genutzt. Nicht die überbordende Fülle an Informationen, die den Benutzer häufig erschlägt, wird geboten, sondern eine unglaublich subtile Reduktion auf das Wesentliche, nämlich die Analyse von Forsythes Choreographie. Hierbei tragen die filmischen Elemente der Slow Motion, des Filmstill, der Repetition, des Loops und der Verkürzung wesentlich zur Klarheit der inhaltlichen Aussage bei.

Kunst und Industrie

Am Beispiel der CD-ROM *Kunst und Industrie – Die Anfänge des Museums für angewandte Kunst in Wien* (2000, MAK - Österreichisches Museum für angewandte Kunst, Wien & die lockere gesellschaft – Transfusionen, Wien/Berlin) wird ersichtlich, wie Navigation einerseits als Unterstützung der Inhalte fungieren und andererseits dem Benutzer Grundkenntnisse der Interaktivität vermitteln kann.⁴

Die chronologische Erzählung der Geschichte der Gründung des Museums wird durch eine lineare Navigationsleiste unterstützt, die auch einen Zugriff auf die unmittelbar beteiligten Personen erlaubt. Der Benutzer kann in der Navigationsleiste entweder dem chronologischen Ablauf der Geschichte folgen oder seinen Einstiegspunkt in das Geschehen selbst auswählen. Gegenüber dieser linearen Erzählstruktur der „Gründungsgeschichte“ ist die interaktive Visualisierung des „Historismus“ eher als eine überblicksartig geordnete Systematik zu verstehen. Dieser Part der CD-ROM gliedert sich inhaltlich in Historismus, Stilpluralismus und Vorlagenwerke und hat – da kein Stil eine Hervorhebung erfahren soll – einen eher demokratischen Zugriff auf alle erwähnten

Stile erhalten. Die Navigation wird betont benutzerfreundlich und leicht verständlich gehalten; dies bedeutet sowohl übersichtliche Seiten, nachvollziehbare Wege als auch die Berücksichtigung klar verständlicher Symbole. Die Komplexität der interaktiven Möglichkeiten steigert sich langsam von Kapitel zu Kapitel. Die Schwierigkeit des Umgangs mit der komplexen Themenvielfalt lag hierbei nicht so sehr in der quantitativen Verwaltung des Content, also der Systematisierung von Daten und wissenschaftlichen „Wahrheiten“, sondern in der Rückführung dieses Faktenwissens in einen spannungsreichen Context. Die Konzeption einer multimedialen Dramaturgie wird durch stark subjektive Elemente und assoziative Querbezüge geprägt. So ist nicht die Darstellung der kompletten Geschichte der Museumsgründung oder gar eine Enzyklopädie des Historismus Inhalt des multimedialen Produktes, sondern die Gestaltung von Spannungsbögen narrativer Episoden jener Geschehnisse, die durch ihre Form als Texte, Töne, Bilder, Graphiken und Filme zu multimedialen Bausteinen des Geschehens werden und ein Stimmungsbild wiedergeben.

Exploring Picasso's La Vie

Im Rahmen der *Museums and the Web* Konferenz wurde im Frühjahr 2002 in Boston die mit dem MUSE Award preisgekrönte interaktive Installation *Exploring Picasso's La Vie* (2001, Cleveland Museum of Art & Cognitive Applications, Washington DC) vorgestellt.⁵

Diese multimediale Intervention geschah anlässlich der Ausstellung *Picasso: The Artist's Studio* und bestand aus einem vertikal gestellten 125 cm hohen Plasma Bildschirm. Holly Witchey, Managerin der New Media Initiatives des Cleveland Museum of Art, gelang es mit dieser ungewöhnlichen Präsentationsart, die Aufmerksamkeit der Besucher unmittelbar auf die Geschichte(n) des ausgestellten Objektes zu lenken. Die Multimedia-Anwendung bietet neben einem vorbildlichen Interaktions-Design und einer verständlichen Benutzer-Führung maßvolle Informationen und eine Gliederung dieser in *Introduction*, *Stories*, *Explore* und *Examination Technologies*. Die Reduktion auf wenige, aber sehr gut angebotene Informationen und insbesondere die unübliche Inszenierung des Bildschirms tragen wesentlich zum Publikumserfolg dieser Installation bei.

Points of Departure

Im Sommer 2001 und Frühjahr 2002 fand im San Francisco Museum of Modern Art das zweiteilige Ausstellungsprojekt *Points of Departure* statt.⁶

Bei diesem von John Weber und Peter Samis konzipierten Projekt wurden die Besucher mit

vier unterschiedlichen interaktiven Strategien der Vermittlung und Kommunikation konfrontiert. Neben der Förderung der internen Kooperation zwischen Kuratenschaft, Vermittlungsteam und dem zielgerichteten Einsatz der Technologie, war insbesondere die sechsmonatige Evaluation der Reaktionen des Publikums Ziel dieser umfangreichen Aktion. Die Besucher konnten aus dem folgenden Vermittlungsangebot wählen: *Smart Tables*, *iPAQ Gallery Explorers*, *Make Your Own Gallery* und *Making Sense of Modern Art*. Das zugrundeliegende Film-, Audio-, Text- und Bildmaterial wurde hierbei je nach Anwendungsschwerpunkt des Mediums unterschiedlich gewichtet. Bei den transportablen Compaq iPAQ Pocket PC's konnte der Benutzer auf 64 MB Compact Flash Cards gespeicherte Video Clips abrufen, die beispielsweise den Künstler Gerhard Richter bei der Erstellung eines großformatigen Gemäldes in seinem Kölner Atelier zeigten. Die Installation *Make Your Own Gallery* hingegen lud die Besucher ein, an Flat Screen Monitoren ihre eigene Ausstellung zu kuratieren, diese mit Anmerkungen zu versehen und für die anderen Besucher abzuspeichern. Ein Großteil der erstellten Inhalte wurde auf einer CD-ROM ausgegliedert und kann käuflich erworben werden. Diese vom SFMOMA produzierte CD-ROM *The Anderson Collection* (2000, San Francisco Museum of Modern Art) versucht dem Betrachter auf teils anspruchsvolle, teils vergnüglich-spielerische Art und Weise Kunst als Experiment und Kunst als Erfahrung nahe zu bringen. Fünfzehn Kunstwerke der Sammlung des Ehepaars Anderson wurden ausgewählt. Neben generellen Informationen sind insbesondere die Erinnerungen und Anekdoten des Sammlerpaars und die Stellungnahmen der Künstler hervorzuheben. Die durch das Instrument der *oral history* gegebenen Informationen schaffen eine hohe Authentizität des Gesagten und eine unmittelbare Nähe zu den Sammlern und Künstlern, die hinter den Kunstwerken stehen. Elemente wie Detailerkennung von Kunstwerken, Quiz und die Gestaltung eines virtuellen Ausstellungsraumes haben nicht nur eine spielerische Qualität, sondern schärfen auch den Blick und das Feingefühl im Umgang mit Kunst und Wirklichkeit.

Vienna Walk

Bei *Vienna Walk Demo* (1998, Science Wonder Productions, Wien) handelt es sich um den Prototyp eines interaktiven Filmes auf Grundlage der Möglichkeiten, die Internet, Hypermedia und die DVD Technologie bieten.⁷ Informationen auf CD-ROMs sind zum Zeitpunkt des Brennens der CD-ROM zumeist bereits veraltet. Der Zugriff auf aktuelle Informationen kann nur über eine Internetanbindung auf die Web-Site der betreffenden

Institution geschehen. Ein kurzer Ausschnitt soll das Potenzial dieses interaktiven Filmes kurz skizzieren: Als Pauline auf ihrer Suche nach Kunst und Kultur das erste Mal den Säulenhof des Österreichischen Museums für angewandte Kunst betritt, lauscht sie dem Eindruck, hält inne, flaniert aktiv durch die Räume, schaut sich Objekte an und reflektiert über das Gesehene. Dies hat mit dem „kulturellen window-shopping“⁸ nur auf den ersten Blick etwas gemein. Manche Sammlungsobjekte bieten vertiefende wissenschaftliche Informationen, die vom Benutzer abgerufen werden können. Schließlich begegnet sie einem weiteren Besucher, der per Mausclick zum Gespräch aktiviert werden kann. So entwickelt sich ein Gespräch zwischen Pauline und dem Naturwissenschaftler Werner Schimanovich über den Zweck der Kunst, den Wert der Kultur. Da Paulines Gesprächspartner direkt aus dem Film heraus über e-mail kontaktiert werden kann, wird an diesem Beispiel ersichtlich, wie durch die zwischenmenschliche Kommunikation interaktive Verzweigungsstränge geöffnet werden können. Gerade für die Vermittlung von Inhalten oder abstrakten Begriffen bieten sich somit ungeahnte Möglichkeiten, denn der Benutzer lernt unterschiedliche Ansichten zu einem bestimmten Thema, Objekt oder einer Fragestellung kennen. Durch Kontaktieren mehrerer Besucher können unterschiedliche Meinungen zu einer Fragestellung oder einem Thema wiedergegeben werden und so eine hohe Qualität der Wissensvermittlung erreicht werden.

Tatjana verkörpert den wirtschaftsbetonten Aspekt von Vienna Walk. Ihre Mission ist die Erkundung des Luxus und Konsumverhaltens. Als Basis fungiert das Hotel Imperial. Der ihr hierbei zugeteilte Butler (Morgan Russell) übernimmt die Rolle eines *Informationproviders*, der auf Anfrage Tatjanas die notwendigen Informationen zur Erfüllung ihres Auftrages bereithält. Diese Sequenz der Demo präsentiert einige wesentliche Elemente zur Navigation im interaktiven Film. Erstens werden die Möglichkeiten des Telezappens von einem Fernsehkanal zu einem anderen genutzt, um einerseits in der Art von Trailern kurze Ausschnitte aus unterschiedlichen Filmen (z.B.: 1. CD-ROM goes Television, 2. Paris Skin mit Helmut Lang, 3. ORF Nachrichtensendung) zu plazieren. Die komplette Version des betreffenden Films kann dann vom Benutzer separat ausgewählt werden. Zweitens besteht dann die Möglichkeit, von der Nachrichtensendung des ORF über die Website des ORF auf die Nachrichten des aktuellen Tages zu gelangen. Faszinierend ist in diesem Zusammenhang die Thematisierung der unterschiedlichen Bereiche von Realität. Der reale Benutzer (1. Ebene) verfolgt im Film (2. Ebene) Tatjanas Zappen zwischen den Kanälen des Fern-

sehens (3. Ebene) und kann sich entscheiden, den gewählten Ausschnitt als vollständigen Film, sozusagen als Dokumentation, anzusehen (4. Ebene) oder aber vom Filmausschnitt auf die real existierende Web-Site mit den realen News (5. Ebene) und somit die filmische Ebene zu verlassen und wiederum in die Ebene der Tagesaktualität zu kommen. Gerade diese Vernetzungsvarianten der unterschiedlichen Ebenen von Wirklichkeiten ermöglichen neben einer Vielfalt von Interaktionsgraden auch die Auseinandersetzung mit realer Realität und virtueller Realität. Die Navigation dient der Bewußtwerdung des Nebeneinanders unterschiedlicher Wirklichkeitsebenen und deren Verschmelzung.

Virtueller Transfer Musée Suisse

Gegenwärtig in der Phase seiner Entstehung ist das Projekt *Virtueller Transfer Musée Suisse* (2002-2004, Schweizerisches Landesmuseum & die lockere gesellschaft – Transfusionen Wien/Berlin/Zürich).⁹

Anlaß hierzu ist die mit dem Organisationsprozeß der Musée Suisse Gruppe verbundene Renovierungs- und Neubauphase des Schweizerischen Landesmuseums in den kommenden Jahren. Dem Besucher soll während der Dauer der Umbauphase ein museumsübergreifendes Instrumentarium zur Kommunikation und Vermittlung geboten werden, das eine permanente Aufmerksamkeit und hohe Wahrnehmung erzeugt. Gleichberechtigt zu den geplanten künftigen Museumsbereichen *Wissenschaft*, *Bühne* und *Transfer* ist das Projekt Bestandteil des künftigen integrativen Museums, der digitalen Corporate Identity und einer offensiven Gesamtstrategie der Kommunikation und Wissensvermittlung. Nachhaltigkeit wird erreicht durch permanente Aufmerksamkeit und Ereignisse. Der VTMS ist keine digitale Sammlung, kein Portal, kein virtuelles Museum, sondern eine Vision der Interaktion und Kommunikation mit den BesucherInnen und BenutzerInnen der Musée Suisse. Er versteht sich als Strategie einer direkten Kommunikation und funktioniert als eine Art *Online Agentur* der Musée Suisse Gruppe. Im Mittelpunkt steht die Wiederentdeckung von Charme und Charisma der Sammlungsobjekte, ihrer Geschichten und ihrer Auswirkungen den Betrachtern gegenüber. Interaktiv zu erforschende Orte und Geschichten, selektiv ausgewählte Objekte, stark subjektiv-personalisierte Formen der Ansprache, gelungene Dramaturgien und ihre multimediale Realisierung geben starke Impulse, führen zu einer Inspiration und regen somit die eigene Kreativität der BenutzerInnen an. Der VTMS entlehnt seine Struktur einem realen Museumsvorbild und besteht aus Mission Statement, Architektur (virtuelle Räumlichkeiten), Aktivitäten (Aus-

stellungen, Forschungsprojekte, Vermittlungskonzepte, Newsletter) einer Wunderkammer und einem Archiv. Hinter all diesen Elementen verbergen sich Bindungen an reale Gegebenheiten. Er ist kein virtueller Ersatz des Landesmuseums, sondern er dient der Entwicklung experimenteller Strategien einer interaktiven Vermittlung und erzeugt während der Planungsphase des Neuen Landesmuseums als öffentlichkeitswirksame Maßnahme eine permanente Aufmerksamkeit und hohe Wahrnehmung. Insofern ist der VTMS als Wunderkammer, als Lern-Museum, als Newsletter, als Interaktions-Museum, als Integratives oder Performatives Museum und als offensive Strategie der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketing zu verstehen. So können experimentelle Entwürfe und Ideen realisiert werden, die auf der regulären Website der MSG fehl am Platz wären. Die Gestaltung durch eine individuelle und interaktiv-integrative Formensprache soll zu einer hohen Aufmerksamkeit und optimalen Positionierung der Musée Suisse Gruppe gegenüber der bestehenden Web-Konkurrenz anderer Museen führen.

Conclusio

Die großen Chancen und Möglichkeiten, welche die Multimedia-Technologie mit all ihren Maßnahmen bietet, liegen in der Verschmelzung unterschiedlicher Kommunikationsmedien und Wahrnehmungsträger. Navigation soll anregen und den Besucher hinführen zur Beschäftigung mit dem Artefakt und der Geschichte, die es erzählt. Statt nüchterner Besucher-Information ist eher anregende Benutzer-Inspiration gefragt. Die multimedial eingesetzten Strategien einer Navigation führen im besten Falle zur Entdeckung von Kunst, zum Gewinn von Erfahrung für den Einzelnen wie auch für Gruppen. Im schlechtesten Fall wird der Besucher entweder von einer unglaublichen Fülle dürftig gestalteter und toter Informationen, wie sie manche als Besucherinformationssysteme getarnten Datenbanksysteme bieten, überfordert oder von der seichten Belanglosigkeit multimedial netz aufbereiteter erzählter Anekdoten unterfordert. Konzeption und Realisierung solcher multimedialer Navigations-Anwendungen im Museum erfordern das unbedingte Mitwirken von an Aufmerksamkeit und Wahrnehmung geschulten Fachkräften. Ob sich Museumspädagogen, Kunstvermittler oder Kommunikationskuratoren hierzu berufen und befähigt fühlen oder ob sie diese künftige Herausforderung kampfflos den Ausstellungsarchitekten, den Multimedia-Designern und den hauseigenen Kuratoren überlassen, hängt maßgeblich vom Verständnis und der Definition ihrer ureigenen Aufgabenbereiche ab. Eine Auseinandersetzung mit der Multimedia-Technologie erfordert nicht nur mannigfaltige Kenntnisse in

der spannungsreichen und qualitätsvollen Vermittlung von Wissen, sondern auch den unbedingten Willen zur Mitgestaltung der Zukunft.

Dr. Harald Krämer
die lockere gesellschaft - TRANSFUSIONEN
PROJEKT vtms VIRTUELLER TRANSFER MUSEE SUISSE
Schweizerisches Landesmuseum
Museumstraße 2
CH - 8023 Zürich
fon 0041.1.218 66 32, fax 0041.1.218 66 39
kraemer@transfusionen.de
www.transfusionen.de

(Vortrag vom 6.10.2001 zur Fachtagung „Zeitzeichen – Leitzeichen. Kommunikation im Museum“ in Berlin, veranstaltet vom Bundesverband Museumspädagogik e.V. und dem Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland e.V.)

- ¹ Der Autor war von 1999 – 2001 unter der Projektleitung von Prof. Dr. Hubertus Kohle für die Durchführung des Teilprojektes B4 „Kunstgeschichte und Elektronische Datenverarbeitung: Dokumentation zeitgenössischer Kunst“ im SFB / FK 427 Medien und kulturelle Kommunikation der Universität Köln, Bonn und Aachen verantwortlich. H. Krämer: Digital Collections: Structures and Strategies for the Documentation of Contemporary Art, in: EVA 2002 London, Conference Proceedings, London, 2002, 46, p. 1-12.
- ² Hans-Joachim Klein: Die Rolle der Besucherforschung bei Medieneinsatz und interaktiven Ausstellungen, in: Museumskunde, 60, 1995, S. 116.
- ³ Generell zum Thema: H. Krämer: CD-ROM und Digitaler Film. Interaktivität als Strategie der Wissensvermittlung, in: euphorie digital? Aspekte der Wissensvermittlung in Kunst, Kultur und Technologie, hg. von C. Gemmeke; H. John und H. Krämer, Bielefeld, 2001, S. 199-228.
- ⁴ Abbildungen unter <http://transfusionen.de>
- ⁵ <http://www.cogapp.com/home/clevelandPicasso.html> Weitere Abbildungen unter: http://www.mai-tagung.de/beitraege_set.htm
- ⁶ Peter Samis: Points of Departure: Integrating Technology into the Galleries of Tomorrow, ICHIM 01, Milano, 03.-07.09.2001, Conference Proceedings, 2001. http://www.archimuse.com/ichim2001/abstracts/prg_115000640.html Weitere Abbildungen unter: http://www.mai-tagung.de/beitraege_set.htm
- ⁷ Harald Krämer: Vienna Walk – Über den Prototyp eines interaktiven Films, in: Museen im Rheinland, 1/99, S. 13-15. <http://viennawalk.at>
- ⁸ Heiner Treinen: Das Museum als kultureller Vermittlungsort in der Erlebnisgesellschaft, in: LVR Rheinisches Archiv- und Museumsamt (Hg.): Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone, Opladen, Nr. 61, 1996, S 117ff.
- ⁹ <http://musee-suisse.ch/vtms> Konrad Jaggj; Harald Krämer: Swiss National Museums – the design of a Virtual Museum, Museums and the Web, Boston MA, 17.-20.04.2002, Conference Proceedings, 2002. http://www.archimuse.com/mw2002/abstracts/prg_165000793.html

BUNDESAKADEMIE WOLFENBÜTTEL

UNSERE SEMINARE SETZEN AKZENTE IM BERUFSFELD MUSEUM:

ERFOLG IST PLANBAR! STRATEGIEN, METHODEN UND INSTRUMENTARIEN MODERNEN MANagements FÜR MUSEEN.

Leitung: Dr. Anja Dauschek · Seminarnummer: M 2
Termin: 9. – 11. Februar 2003 · Kostenanteil: 235,- €

INTERAKTIVE STATIONEN IN AUSSTELLUNGEN

Leitung: Dr. Kerstin Haller, Nicola Kochhafen · Seminarnummer: M 3 · Termin: 23. – 25. Februar 2003 · Kostenanteil: 165,- €

PLÄDOYER FÜR PROFIL UND EIGENSTÄNDIGKEIT: BRAUCHEN MUSEEN EINE CORPORATE IDENTITY?

Leitung: Leonore Leonardy · Seminarnummer: M 4
Termin: 7. – 9. März 2003 · Kostenanteil: 165,- €

DER MUSEUMSSHOP: EINFÜHRUNG UND GRUNDLAGEN ZUR KUNST DER BALANCE VON KULTUR UND ÖKONOMIE

Leitung: Dr. Daniel Strauch · Seminarnummer: M 5
Termin: 16. – 18. März 2003 · Kostenanteil: 160,- €

RESET: NEUSTART FÜR IHREN INTERNET-AUFTRITT

Leitung: Robert Strötgen · Seminarnummer: M 6
Termin: 27. – 29. April 2003 · Kostenanteil: 160,- €

LEITEN, FÜHREN, REPRÄSENTIEREN: FÜHRUNGS- KOMPETENZEN FÜR DIE ORGANISATION MUSEUM

Leitung: Sabine Petersen-Spindler · Seminarnummer: M 7
Termin: 25. – 27. Mai 2003 · Kostenanteil: 210,- €

KREATIVES AUSSTELLUNGSMANAGEMENT

Leitung: Robert Strötgen · Seminarnummer: M 8
Termin: 31. Mai – 2. Juni 2003 · Kostenanteil: 195,- €

Anmeldung und Information bei:



Bundesakademie
für kulturelle Bildung
Wolfenbüttel

Sabine Oehlmann · Postfach 1140 · 38281 Wolfenbüttel · Tel: 05331.808-415 · www.bundesakademie.de
sabine.oehlmann@bundesakademie.de

Bundesverband

Bundesverband Museumspädagogik e.V.
Beatrix Commandeur
Rheinisches Industriemuseum
Alte Dombach
51465 Bergisch Gladbach
fon 02202-93 668 13, fax -93 668 21
e-mail beacommandeur@t-online.de

Sind Sie neugierig auf Informationen, wollen Sie wissen, was los ist?

Regelmäßig zweimal im Jahr finden **erweiterte Vorstandssitzungen** statt. Der Bundesvorstand informiert über aktuelle Pläne, langfristige Projekte und bundesweite Aktivitäten. Über Vorhaben und Aktionen in den Regionen berichten die Vorstandsmitglieder der Landesarbeitskreise. Interessierte Mitglieder können diese Informationen aus erster Hand erfahren, indem auch sie an diesen Treffen teilnehmen. Dann würden sie zum Beispiel auch etwas über die geplante Jahrestagung erfahren oder über die künftigen Themenhefte von *Standbein Spielbein*.

2003 werden wir in Karlsruhe und Dresden tagen. Nähere Informationen dazu können Sie demnächst im Internet finden unter www.museumspaedagogik.org

Interessierte und neugierige Mitglieder sind herzlich zu diesen erweiterten Vorstandssitzungen eingeladen und mögen sich schon mal folgende Termine in den Kalender eintragen: Samstag, **1. Februar 2003** im Badischen Landesmuseum in Karlsruhe und Samstag, **31. Mai 2003** im Deutschen Hygienemuseum in Dresden.

Ein kreatives Wochenende

Am 27. und 28. September traf sich der gesamte Vorstand des Bundesverbandes zu einer **Klausurtagung** im Eifelhaus bei Blankenheim, einem kleinen Ort in der Eifel, um in einem abgeschiedenen Seminarhotel ungestört und ohne Zeitdruck über die bisherige und künftige Verbandsarbeit zu reflektieren. Einerseits wurde Bilanz gezogen über die vergangene Amtszeit, über Aufgabenverteilung, mehr oder weniger erfolgreiche Zusammenarbeit und Kooperationen, andererseits diskutierte man anstehende Probleme, neue Aufgaben und künftige Projekte. In sehr intensiven, offenen und konstruktiven Gesprächen wurden sinnvolle Verfahren, neue Strukturen und Lösungsvorschläge angedacht und weiterentwickelt. Der Vorstand hofft, daß die Ergebnisse dieses äußerst kreativen und fruchtbaren Wochenendes demnächst auch für die Mitglieder spürbar werden.

H. Kunz-Ott

Baden-Württemberg

Verein für Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V.
Dr. Barbara Theune-Großkopf
Archäologisches Landesmuseum Konstanz
Benediktinerplatz 5
78467 Konstanz
fon 07531-98 04 41, fax -68 452

Workshop „Stimme und Präsentationstechniken“ in Villingen Schwenningen

Präsentieren ist das Kernelement jeder guten Museumspädagogik. Am Montag, den 16.09.02 und Dienstag, den 17.09.02 hatten elf Teilnehmer des Workshops „Stimme und Präsentation“ die Gelegenheit, sich intensiv in der Vermittlung schulen zu lassen.

Am ersten Seminartag lag der Schwerpunkt zunächst auf einem Stimm- und Körpertraining. Wir wurden angeleitet, uns aufzulockern, Dehnungsübungen und Muskelentspannungsübungen vorzunehmen. Danach konnten wir unser Stimmpotential anhand verschiedener Sprechtechniken austesten und optimieren. Es wurden schwierige Texte mehrmals gelesen, wobei Unterschiede im Lesen nach den Mund- und Gaumenübungen zu erkennen waren. Schwierigkeiten bereitete den meisten Teilnehmern das plötzliche Andrücken der Zunge an die untere Zahnfront. Jeder Teilnehmer wurde aufgefordert, den Veränderungen nach den Sprechübungen nachzufühlen und für sich die optimale Sprechtechnik herauszufinden. Im Anschluß an die Sprechübungen hatte jeder Teilnehmer die Gelegenheit, die neu gewonnenen Erkenntnisse im Sprechverhalten anhand einer Kurzpräsentation anzuwenden. Die Kursleiterinnen gaben zu jeder Präsentation Tipps und Verbesserungsvorschläge. Diese Übung war für die meisten an diesem ersten Tag der Höhepunkt und das Optimum der gewonnenen Erkenntnisse.

Als Schwerpunkt des zweiten Seminartages war eine Führungsarbeit zu erstellen und vor der gesamten Gruppe zu präsentieren. Zunächst wurde eine Diskussion zum Thema „Was ist eine gute Führung?“ geführt. Unterschiedliche Meinungen über die Kompetenz des Führenden hinsichtlich seines Wissens wurden kontrovers diskutiert. Die Kursleiterinnen gaben Tipps und Anregungen zur Beurteilung einer teilnehmerorientierten Ausstellungsführung. Anschließend wurde in drei Gruppen mit jeweils einer Kursleiterin eine Kurzpräsentation eingeübt. Die Ergebnisse wurden präsentiert und diskutiert. Jeder hatte die Möglichkeit, sich von den Kursleiterinnen und den anderen Teilnehmern beurteilen zu lassen und Verbesserungsmöglichkeiten anzunehmen. Eine anschließende Feedback-Runde ließ erkennen, daß die Erfahrungswerte der Teil-

nehmer sehr unterschiedlich waren. Einige genossen den ersten Tag überwiegend, andere profitierten am zweiten Tag am ehesten von den Präsentationsübungen.

Ulrike Jaiser, Friedrichshafen

Bayern

Landesarbeitskreis Museumspädagogik Bayern e.V.
Eva-Marie Weber
Museum Mensch und Natur
Schloß Nymphenburg
80638 München
fon 089-17 13 82, fax -17 84 380
e-mail weber@musmn.de

Das Kunst-Kaufhaus

Ein innovatives + temporäres Kunstprojekt von November bis 24. Dezember 2003, im Zentrum Regensburgs zur Kunstvermittlung und als konstruktiver Beitrag zur Akzeptanz von zeitgenössischer Kunst, zur bundesweiten Künstlerförderung mit einem umfangreichen Rahmenprogramm, z.B. Kunstvermittlung an Schulklassen, Künstlerworkshops, Kunstauktion etc.

Gute und originale Kunst zu erschwinglichen Preisen für alle – unter diesem Motto hat „**für alle Sinne**“, ein Büro für Ausstellungsgestaltung und Kommunikation mit Sitz in Regensburg die Konzeption zu einem temporären Kunst-Kaufhaus in Regensburg entwickelt. In enger Kooperation mit dem Berufsverband Bildender Künstler Niederbayern/ Oberpfalz e.V. werden originale Kunstwerke zeitgenössischer Künstler ausgestellt und zum Verkauf angeboten. Dabei bedient sich das Kunst-Kaufhaus durchaus der Verkaufsstrategien eines Warenhauses: große Auswahl, niedrige Preise, zentraler Standort, ungezwungene Kaufhaus-Atmosphäre.

Das Konzept „Kunst-Kaufhaus“ basiert also auf der Idee, Kunst wie in einem Kaufhaus zu präsentieren und als Ware anzubieten. Ziel ist es, Hemmschwellen abzubauen und Berührungsängsten mit Kunst entgegen zu wirken. Unter dem Motto „Kunst für Jedermann und für jeden Geldbeutel“ gilt es, auf Kunst neugierig zu machen und auf breiter Ebene Interesse zu wecken für die Beschäftigung mit originalen Kunstobjekten.

Das Kunst-Kaufhaus will möglichst viele Menschen ansprechen, die noch nie eine Galerie betreten haben. Insofern versteht es sich in diesem Sinne auch als ein Gegenentwurf zu den eher elitären Kunstzirkeln, wie z.B. Museen und Galerien.

Der Verkaufspreis der Kunstwerke liegt zwischen 1 und 1000 Euro – ein Preislimit, das ganz bewußt gezogen wurde, um Kunstoriginale als

Ware für Jedermann anbieten zu können. Dies ist auch ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Projektes, da oft nicht zuletzt der Preis die Neugier und das Interesse für eine Sache stark mitbestimmt.

Nach Schnäppchen stöbern und über das Wesen der Kunst reflektieren – diese Möglichkeiten und Chancen birgt das Kunst-Kaufhaus.

Mit dem Kunst-Kaufhaus werden viele regionale aber auch nationale und internationale Künstler und Künstlerinnen eine Plattform erhalten, auf der sie sich einer breiten Öffentlichkeit präsentieren können. Neben bekannten und anerkannten Künstlern der Berufsverbände Bildender Künstler und geladener Gäste, darunter Kulturförderpreis- und Kulturpreisträger, sollen auch „Newcomer“ und Kunststudierende einbezogen werden. Die Auswahl der Werke der Künstlerinnen und Künstler erfolgt über eine Fachjury aus dem Museumsbereich, dem kunsthistorischen Bereich und durch Künstlerpersönlichkeiten.

Durch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Vernissage, einer Kunstauktion, Aktionen mit Künstlern, einer offenen Werkstatt und einem kunstpädagogischen Programm für Schulen soll das Projekt zusätzlich belebt und die Kunstvermittlung unterstützt werden.

Mit einer beständigen und kreativen Öffentlichkeitsarbeit wird das Kunst-Kaufhaus in den Medien intensiv thematisiert und beworben.

Der innovative Ansatz, Kunst und Künstler in der beschriebenen Weise in Szene zu setzen und zu kommunizieren, der optimal gewählte Zeitraum der Vorweihnachtszeit und der temporäre Aspekt des Kunst-Kaufhauses sind Voraussetzungen für ein sehr erfolgversprechendes, medien- und öffentlichkeitswirksames Unternehmen. Darüber hinaus belegen Projekte, denen eine ähnliche Idee der „Vermarktung“ nach dem Motto „Kunst und Kommerz“ zugrunde liegt, wie beispielsweise die jüngst in London durchgeführte „affordable art fair“, das große Interesse an zeitgenössischer Kunst. Diese Kunst-Messe machte mit seiner großen Auswahl an zeitgenössischen Kunstwerken, die alle unter 2.500 Pfund zu haben waren, in nur vier Tagen 2 Millionen Pfund Umsatz.

Das Kunst-Kaufhaus ist ein wichtiger Beitrag zum Kulturangebot für Regensburg, zur bundesweiten Begegnung von Künstlern und der Vermittlung von zeitgenössischer Kunst an eine breite Öffentlichkeit.

Bei Erfolg ist geplant, das Kunst-Kaufhaus als innovatives Instrument der Kunstvermittlung im Rahmen einer zeitlich begrenzten weihnachtlichen Aktion künftig regelmäßig anzubieten.

Um das Kunst-Kaufhaus wie geplant zum ersten Mal in der Vorweihnachtszeit 2003 zu

realisieren, suchen die Initiatoren von „für alle Sinne“ noch Sponsoren und Förderer.

Nähere Informationen:

für alle Sinne

Büro für Gestaltung und Kommunikation von Ausstellungen
Dipl.Des.(FH) Judy Bauer, Britta Kutzner M.A.,
Ingrid Westerboer M.A.
Sternbergstraße 26
93053 Regensburg
fon+fax: 09 41-78 42 78 2, Email: f-a-s@gmx.de

Hessen

Arbeitskreis Museumspädagogik Hessen e.V.
Wolf von Wolzogen
Historisches Museum
Saalgasse 19
60311 Frankfurt/ Main
fon 069-2123 4611, fax -2123 0702
e-mail Wolf.vonWolzogen@Stadt-Frankfurt.de

Norddeutschland

Arbeitskreis Museumspädagogik e.V. Norddeutschland
Hans-Georg Ehlers-Drecol
Schwedenspeicher/MPD
Am Wasser West
21683 Stade
fon 04141-32 22, fax -457 51
e-mail aknord@aol.com

Ostdeutschland

Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland e.V.
Arnold Vogt
Tschaikowskistraße 19
94105 Leipzig
fon 0341-689 43 09
e-mail Arnold.Vogt@t-online.de

Herbsttagung „Lebenslanges Lernen...“

Vom 13. bis 16. November 2002 tagte der AKMPO e.V. in Leipzig und Dresden über „Lebenslanges Lernen in Museen und Schulen. Perspektiven einer neuen Partnerschaft (Teil IV)“. Mitveranstalter waren diesmal der Verband der Geschichtsdidaktiker/innen Deutschlands e.V., Universität und HTWK Leipzig. Die Fachtagung knüpfte an frühere Diskussionen des AKMPO e.V. von 1999 bis 2001 (Teil I-III) an sowie an die Bundestagung des Bundesverbandes 2000. Sie wendet sich gleichermaßen an Lehr- und Museumskräfte und Studierende.

Im Fokus der aktuellen Diskussion stand das Lebenslange Lernen. Darüber hat sich eine neue Debatte entzündet: Ist das Lebenslange Lernen

ein Spezifikum exklusiv nur in Museen? Gehört es auch zur Schulbildung? Oder verbindet es Schulen und Museen miteinander? Zu diesen und ähnlichen Fragen suchte die Tagung nach Antworten und weiterführenden Perspektiven. Neue Ansätze in Erziehungswissenschaft und Geschichtsdidaktik geben dazu aktuellen Anlaß. Weitere Anstöße bieten die PISA-Studie und auch der Erfurter Schul-Skandal, die das aktuelle Interesse wieder neu auf die Bildung gelenkt haben. Grund genug, über die Zusammenarbeit von Museen und Schulen neu nachzudenken.

Dazu sprachen Kolleginnen und Kollegen aus den Fachverbänden für Museologie (ICOFOM/ ICOM), Geschichtsdidaktik und Museumspädagogik, nicht zuletzt auch aus der Berufspraxis an Museen und Schulen. Neben Vorträgen und einer Podiumsdiskussion dominierten praxisorientierte Workshops in Museen in Leipzig und Dresden. Ein Schwerpunkt war den Medien der museumspädagogischer Praxis gewidmet, den Informations- und Arbeitsbögen, die bisher zu Unrecht ein Schattendasein fristeten.

Über „**Arbeitsbögen als Medium der Geschichtskultur heute**“ wurde am 15. November 2002 in Dresden anlässlich der Tagung eine Ausstellung eröffnet – im Sächsischen Kultusministerium, das auch die Schirmherrschaft übernommen hat.

Am folgenden Samstag, dem 16. November 2002 fand die **13. Mitgliederversammlung des AKMPO e.V.** in Leipzig statt.

Arnold Vogt, AKMPO e.V.

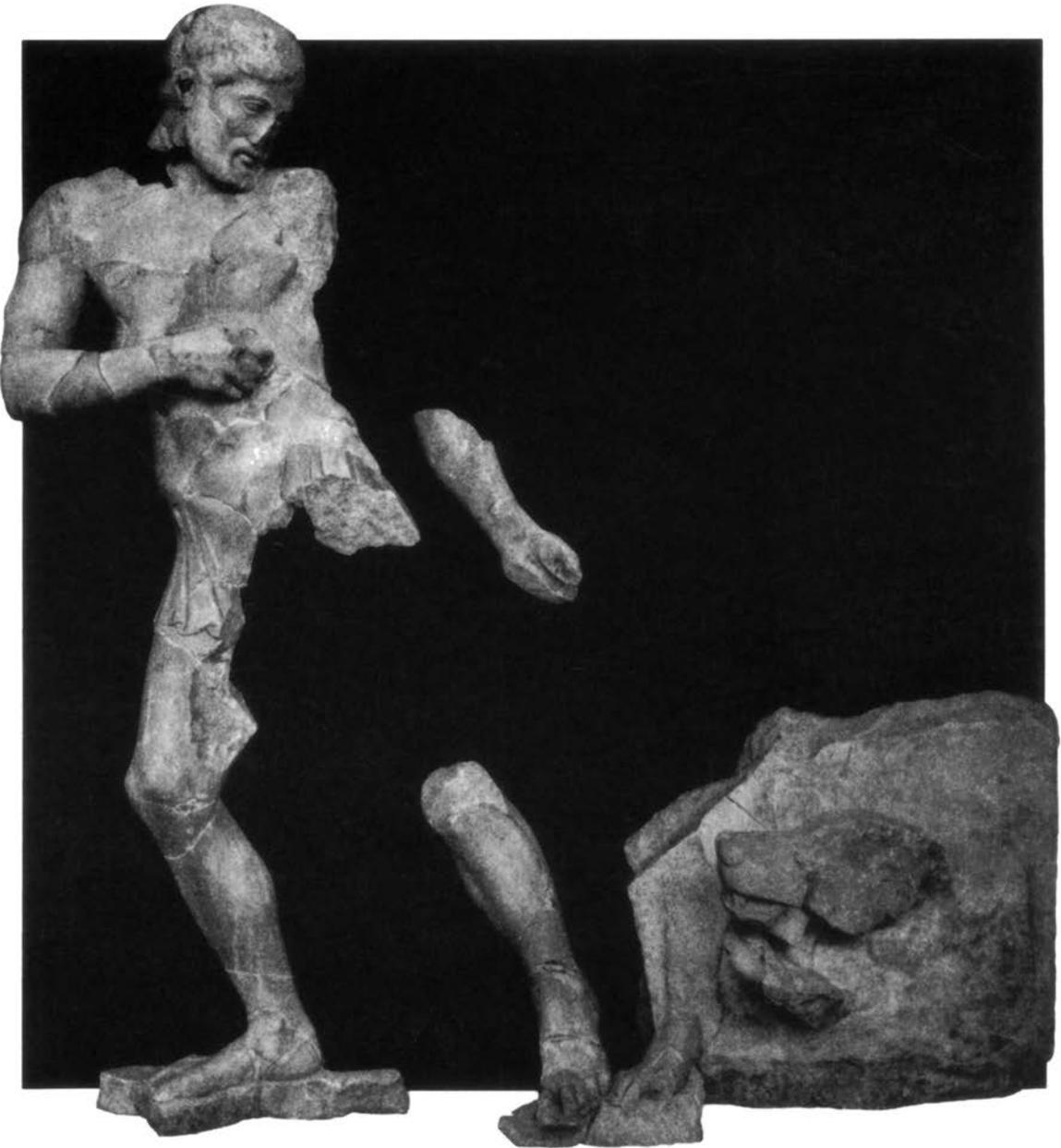
Rheinland-Pfalz/Saarland

Arbeitskreis Museumspädagogik Rheinland-Pfalz/Saarland e.V.
Michael Geib
Museum im Westrich
Miesenbacher Straße 1
66877 Ramstein-Miesenbach
fon 06371-592 177, fax -592 199

Rheinland und Westfalen

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

neues aus den AKsen



RheinRuhrCity – Die unentdeckte Metropole

16.11.2002 – 16.2.2003, NRW-Forum Kultur und Wirtschaft

Die Ausstellung RheinRuhrCity ist eine provokante, kritische Untersuchung der Region an Rhein und Ruhr durch das holländische Planungsbüro MVRDV und Hochschulen aus Deutschland und den Niederlanden. Mit deutlich übertriebenen Visionen einer möglichen Zukunft für 6,5 Millionen Menschen in einem der aufregendsten Ballungsgebiete Europas. Und mit den Möglichkeiten für die Besucher, aktiv (zumindest am Bildschirm) die eigene Zukunft mitzugestalten.

Ort: NRW-Forum Kultur und Wirtschaft, Ehrenhof 2, 40479 Düsseldorf, www.nrw-forum.de

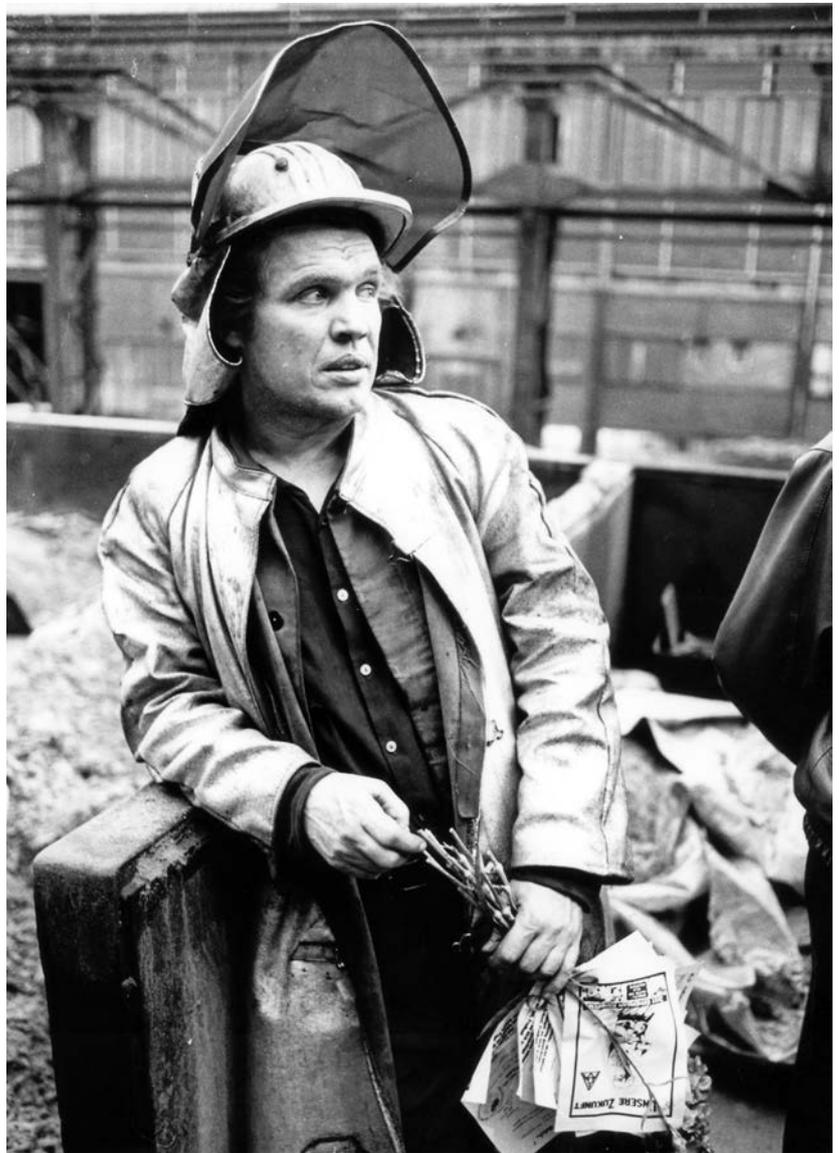
Geöffnet: Di-So 11-20 Uhr, Fr 11-24 Uhr

Letzter Abstich
Henrichshütte
1987.
Foto: Manfred
Vollmer

Von Arbeit und Arbeitskampf – Fotografien von Manfred Vollmer

17.12.2002 – 2.3.2003, Rheinisches Industriemuseum Oberhausen

Manfred Vollmer verfolgt mit seiner Kamera seit mehr als dreißig Jahren die radikalen Veränderungen der Arbeitswelt am Ballungsraum Rhein und Ruhr. Im Mittelpunkt der Ausstellung stehen Bilddokumente von Menschen am Arbeitsplatz wie auch Reportagen über Arbeitskämpfe. Vollmer hat den Alltag an Hochofen und Gießgrube, an Werkbank und Hobelmaschine in Bildern festgehalten. Seine Porträts und Reportagen bringen verdichtet zum Ausdruck, wie Arbeit den Menschen beansprucht. Das Rheinische Industriemuseum



zeigt 100 Werke, von denen viele Eingang in das kollektive Gedächtnis der Region gefunden haben.

Ort: Rheinisches Industriemuseum Oberhausen, HansasträÙe 18, 46049 Oberhausen

Geöffnet: Di-So 10-17 Uhr, Do 10-20 Uhr

Wunderbare Werbe- Welten. Marken, Macher, Mechanismen

19.9.2002 – 23.2.2002, Museum für Kommunikation Hamburg

Bilder, Slogans, Spots und Jingles – Werbung durchdringt den Alltag, beeinflusst Kaufentscheidungen und prägt unseren Lebensstil. Im Kampf um die Aufmerksamkeit der Konsumentinnen und Konsumenten

setzt Werbung dabei stets auf Neue kreative Kräfte frei. Die Regeln, Methoden und Macher dieses ästhetischen Wettstreits zeigt diese neue Ausstellung.

Ort: Museum für Kommunikation Hamburg, Gorch-Fock-Wall 1, 20354 Hamburg, www.museumsstiftung.de

Geöffnet: Di-So 9-17 Uhr

S-Bahn-Bauten, S-Bahn-Bilder

18.9.2002 – 16.2.2003, Deutsches Technikmuseum Berlin

Als die deutsche Reichsbahn zwischen 1924 und 1940 moderne Bahnhöfe und Stellwerke für die Berliner S-Bahn bauen ließ, war Richard Brademann (1884-1962) ihr Architekt. Sein Werk steht im Mittelpunkt die-

ser Ausstellung, die 100 historische Lichtbilder und Architekturmodelle zeigt.

Seit dem Fall der Berliner Mauer hat der kanadische Fotograf Michael Klinec (Jahrgang 1951) mit seiner Kamera beobachtet, wie sich das Massenverkehrsmittel dieser Großstadt gewandelt hat: Abbau der Grenzsperrungen, Veränderungen der Architektur und Neubauten bei der S-Bahn sind seine Themen.

Ort: Deutsches Technikmuseum Berlin, Trebbiner Straße 9, 10963 Berlin

Geöffnet: Di-Fr 9-17:30, Sa+So 10-18 Uhr

Food Design

3.11.2002 – 30.3.2002, Gewerbemuseum Winterthur

Nahezu 90% unseres Nahrungsmittelangebotes sind ganz oder teilweise industriell gefertigt – und es gelangen täglich weitere Produkte aus den Laborküchen der Food Designer auf den Markt. Sie versprechen gesund, haltbar, schnell zubereitet und sogar gut zu sein. Aber schmecken sie uns auch?

Die Ausstellung tischt Kostproben und Artistisches auf aus Labor und Küche, aus Werbung und Kochkunst. Die angerichtete Tafel ist reich und bietet für (fast) jeden Geschmack etwas. Rauminstallationen, Hörstationen, Videos und Versuchsanordnungen laden ein zum Kosten, Hören und Sehen. Ausgewählte Spaziergänge in die Ernährungsgeschichte erlauben neue Begegnungen mit alten Bekannten: mit Ovomaltine und Maggiwürfel, mit Fondue und Birchermüesli.

Ort: Gewerbemuseum Winterthur, Kirchplatz 14, CH-8400 Winterthur, www.gewerbemuseum.ch

Geöffnet: Di-So 10-17 Uhr, Do 10-20 Uhr

publikationen

Themenheft Jugendkulturpreis NRW 2002

Bestelladresse: LKD-Verlag Unna, Tel. 02303-69 324, Fax -650 57, e-mail lkd-verlag@lkd-nrw.de EUR 6,39 zzgl. Versand

Als Projektbörse Jugendkulturarbeit zum Nachlesen und Nachmachen versteht sich die eben erschienene Ausgabe der „Kulturpädagogischen Nachrichten“ (Nr. 65, Oktober 2002) zum „Jugendkulturpreis NRW 2002“. Auf 100 Seiten stellt sie nicht nur sämtliche 265 Bewerbungen in Wort und Bild vor, sondern wirft darüber hinaus einen vergleichenden Blick in andere Bundesländer und ins benachbarte Ausland. Die Projektporträts (70 Seiten im Karteikartenformat mit Kurzbeschreibung, O-Ton Teilnehmer, Rahmenbedingungen und Kontaktadresse) sind zu Themen- und Spartenrubriken zusammengefasst: von Ausstellung über Film, Foto und Gewaltprävention, Interkultur, Neue Medien bis hin zu Tanz-, Theater- und Zirkusprojekten. Ein alphabetisches Register nach Orten erleichtert die Orientierung über die 113 Städte und Gemeinden, die sich 2001/2002 um die Auszeichnung für „beispielhafte Kulturarbeit von und mit Kindern oder Jugendlichen“ beworben haben.

Evelyn Dawid/ Robert Schlesinger, Texte in Museen und Ausstellungen

transcript 2002, ISBN 3-89942-107-8, 172 S., 25,80 EUR

Gleich ob Saaltexte, Kurzführer oder Audiotexte: Das wichtigste Medium, um in Ausstellungen Wissen zu vermitteln, bilden nach wie vor die Texte.

Angesichts dieser Bedeutung kann es nur verwundern, wie wenig Aufmerksamkeit viele Museen und Ausstellungshäuser im deutschsprachigen Raum der Textarbeit schenken. Denn die Vernachlässigung der Ausstellungstexte ignoriert nicht nur die Orientierungs- und Informationsbedürfnisse der Besucher, sondern macht häufig auch die didaktischen Absichten der Kuratoren zunichte.

Dieser Praxisleitfaden mit seinen zahlreichen Tipps, Materialien und Praxisbeispielen bietet Abhilfe und führt Schritt für Schritt ein in die Erarbeitung professioneller Ausstellungstexte.

Eine empfehlenswerte Publikation für alle, die sich mit dem Abfassen von Ausstellungstexten beschäftigen wollen oder müssen oder gute Argumente suchen für die Beauftragung professioneller Texter.

Eva Studinger, Zwischen den Stühlen. Museumspädagogik für Menschen mit geistigen Behinderungen

Frankfurt/M. u.a. 2002, ISBN 3-631-39651-1, 165 S., zahlr. Abb., 35,30 EUR

Grundlage dieser Untersuchung ist eine große Bildersammlung, die Menschen mit Behinderungen in der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe gemalt haben. Die Langzeitbetreuung dort ist für ein Museum einzigartig: Ein Kunstwerk bietet Anlaß für bildnerisches Arbeiten.

Die Betonung liegt dabei auf der Förderung der Wahrnehmung. Im weiten Feld der Museumspädagogik wird diese Arbeit phänomenologisch beleuchtet. Zahlreiche Querverweise ermöglichen darüber hinaus, verwandte Bereiche zu betrachten.

Gerd Grüneisl/ Wolfgang Zacharias (Hg.), 30 Jahre Spiel & Kultur mobil in München

München 2002,
ISBN 3-926691-27-1, 210 S.
zahlr. Abb., 18,- EUR
zzgl. Versand

Bestelladresse:
PA/ Spielkultur e.V.,
Augustenstr. 47, 80333 München,
fon 089-260 92 08,
e-mail spielkultur@pask.muc.kobis.de

30 Jahre Spiel- und Kulturpädagogik in Wort und Bild mit dokumentarischen und aktuellen Texten. Das bietet diese bunt und reich bebilderte Veröffentlichung, die mehr ist als eine Jubiläumsdiskussion. Beschrieben wird ein über 30 Jahre dauernder Prozeß mit der Frage „Was war gewollt – was ist geschehen?“ Eine genaue Chronologie 1970-2002 und viele Dokumente und Texte aus dieser Zeit bilden die Substanz dieser Bestandsaufnahme.

Sven Nommensen, Asger Jorn – Das Frühwerk und die spontane Methode der malerischen Entwicklung

Berlin 2002,
ISBN 3-932274-88-1, 300 S.,
zahlreiche Abb., 33,- EUR

Wie kein anderer skandinavischer Künstler übte Asger Jorn (1914-1973) Einfluß auf die europäische Kunst der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts aus. Einem größeren Kreis wurde Jorn durch sein Engagement in der internationalen Künstlergruppe *Cobra* (1948-51) bekannt. Unter seiner Initiative verlieh diese spartenübergreifende Vereinigung dem wiedererwachenden Kunst- und Kulturleben Europas nach dem Zweiten Weltkrieg wichtige Impulse. Insbesondere dem spon-

tanen Kolorismus, der alle ästhetischen Konventionen ablehnt, verdanken nachfolgende Künstlergenerationen wegweisende Entwicklungen. Jorn bereitet einer bis dahin nicht gekannten malerischen Spontaneität und Expressivität den Weg. Unter der Prämisse „primitivistischer“ Reminiszenzen, z.B. Masken oder Ornamente, verhilft er dem Ursprünglich-Naturhaften zum Ausdruck – die Farbe kann sich nunmehr je nach Wertigkeit und Kontext frei und vital entfalten. Vor dem Hintergrund der skandinavischen Kunst- und Geistesgeschichte will die vorliegende Untersuchung die Ursprünge jener schöpferischen Spontaneität erklären, die Jorns künstlerischen Werdegang maßgeblich bestimmt. Hierbei kommen der Methode des kontrollierten Zufalls sowie der Vieldeutigkeit seiner (prä-)figurativen Malerei eine besondere Bedeutung zu. Jorns eingehender kunsttheoretischer Auseinandersetzung Rechnung tragend, wird eine umfangreiche Aufbereitung dänischer Primärquellen vorgenommen. In einer Verschränkung theoretischer Erörterungen mit Bildanalysen wird Jorns eigenwillige Rezeption der Texte untermauert und das Frühwerk in einen ungewöhnlichen Kontext gestellt.

treffen · tips · termine

Fort- und Weiterbildung zur Museumspraxis

„Master of Advanced Studies in Museology“ an der Universität Basel

Kursbeginn: 11. April 2003,
Dauer: zwei Jahre

Das Nachdiplomstudium Museologie wurde vor 10 Jahren mit Hilfe von Bundesmitteln lanciert. Die Nähe zur Praxis und der Erhalt der bisherigen Erfah-

rungen wird durch unser Moderatorenteam geleistet: Neun Personen bringen die Sachkenntnisse aus ihrem Spezialgebiet ein. Entsprechend den aktuellen Bezügen werden weitere DozentInnen eingeladen oder Fachpersonen vor Ort besucht. Der Kurs bietet sowohl für „alte Hasen“ neue Inputs zur Bewältigung des anstrengenden Museumsalltags als auch einen guten Überblick über die museologische Themenvielfalt für Umsteigerinnen und Einsteiger. Thematisch werden die Schwerpunkte Sammlungsmanagement, Ausstellung, Bildung und Vermittlung sowie Museumsmanagement bearbeitet. Unsere Beispiele rekrutieren sich aus den Museen der Schweiz, des grenznahen Auslandes und den besuchten Exkursionszielen (Wien und Amsterdam). Die Vielfältigkeit erlaubt es unseren Abgängerinnen und Abgängern in unterschiedlichen Museumssparten und -berufen den Einstieg zu finden. So haben von den 90 Absolventen der ersten drei Kurse 40% eine Festanstellung in leitender Position in einem Museum oder nahe verwandten Betrieb gefunden. Die übrigen sind entweder in Betrieben, welche nur mittelbar mit der Museologie verwandt sind (Stiftungen, Journalismus, Versicherung) oder freischaffend tätig.

Nähere Informationen unter:
www.museologie.ch oder:
Gesellschaft für Museologie,
Missionsstraße 64, 4055 Basel,
fon: +41 61 267 28 68
(Mo und Do),
Museologie@unibas.ch

Zertifikatskurs „Die Sprache der Dinge“

Beginn: 10. März 2003
Anmeldeschluß: 31.1.2003

Der Arbeitskreis Museumspädagogik des Hessischen Museumsverbands führt nun schon dritten Mal den Zertifikatskurs „Die Sprache der Dinge“ durch, der

im Verlauf eines Jahres eine praxisorientierte Einführung in die Museumspädagogik vermittelt. Er will am Beispiel der Praxis ausgewählter Museen Einblicke in und Grundkenntnisse für museumspädagogische Arbeitsfelder vermitteln. Folgende Museen sind beteiligt: Kinderakademie Fulda (Thema: Museum für Kinder); Landesmuseum für Technik und Arbeit, Mannheim (Thema: Medien im Museum), Museum für die Kulturen der Welt, Frankfurt (Thema: Kommunikative Ausstellungsgestaltung und -didaktik), Museum für Archäologie, Frankfurt (Thema: Museum und Schule) und an die Städtische Kunsthalle Mannheim (Thema: Personale Vermittlung im Kunstmuseum). An den fünf Seminaren und dem Kolloquium, die innerhalb eines Jahres in einer festen Lerngruppe ablaufen, werden maximal 20 Personen teilnehmen. Die Teilnehmer/innen werden fortlaufend fachlich betreut, während des Kurses werden Internet und eMail zum Austausch von Protokollen und Materialien genutzt.

Ein ausführliches Programm mit den Einschreibeunterlagen ist erhältlich bei:

Hessischer Museumsverband e.V.,
Kölnische Straße 44,
34117 Kassel; oder direkt bei der
Kursleitung: Dr. Ulrich Paatsch,
AfeB e.V., Friedrichstraße 10,
69117 Heidelberg, eMail: afeb
@freenet.de und www.afeb.de

Erfolg ist planbar! Strategien, Methoden und Instrumentarien modernen Managements für Museen

9. – 11. Februar 2003
Anmeldeschluß: 20. Januar 2003

Fehlendes Management spüren nicht nur die Kollegen, sondern ebenso die Besucher eines Museums – etwa wenn es Ausstellungen an Kreativität mangelt,

die Museumspädagogik nicht fokussiert erscheint, Besucherorientierung zum Schlagwort verkommt oder eine Sammlung den passenden Kontext vermischen läßt. In diesem Seminar stellen wir Prinzipien des Managements und der Planung in Museen vor. Zielsetzung, strategische Planung, Organisation und Abläufe und schließlich die Bewertung der Arbeit sind dabei die wesentlichen Aspekte des Managements.

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

Interaktive Stationen in Ausstellungen

23. – 25. Februar 2003
Anmeldeschluß: 31. Januar 2003

Die Prinzipien der aktiven Besucherbeteiligung in Ausstellungen werden am Beispiel Universum Bremen und Phänomena Flensburg vorgestellt. Das Spektrum reicht von Stationen mit pädagogischem sinnfälligen Ausgang über offene Experimentiersituationen bis hin zu Stationen, die die Interaktion zwischen den Besuchern anregen.

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

38281 Wolfenbüttel,
fon 05331-808 415,
e-mail: post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de.

*Mehr Informationen über Uni-
versum und Phänomena unter
www.universum.bremen.de und
www.phaenomena.com*

Plädoyer für Profil und Eigenständigkeit: Brauchen Museen eine Corporate Identity?

7. – 9. März 2003
Anmeldeschluß: 10. Februar 2003

Begriffsdefinitionen, Analysen und die kritische Hinterfragung eines Trends werden die theoretischen Fundamente sein für die Beschreibung von Notwendigkeiten und Herausforderungen, denen sich Museen zukünftig nicht mehr entziehen können. Grundlagen zur Erarbeitung von Profil und Eigenständigkeit sowie praktische Beispiele für erfolgreiche operative Strategien und sinnvolle Einsätze des Umgangs mit der Corporate Identity bilden in diesem Seminar den Bezug zur Alltagswirklichkeit.

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



Teilnehmerinnen des Kurses „Die Sprache der Dinge“ 2001 bei der Analyse eines Videoprogramms

Der Museumsshop: Einführung und Grundlagen zur Kunst der Balance von Kultur und Ökonomie

16. – 18. März 2003

Anmeldeschluß: 21. Februar 2003

Als wirtschaftlicher Faktor gehört der Museumsshop wie selbstverständlich zum Standard des modernen Museumsmarketings und wird zum willkommenen Quell zusätzlicher Einnahmen. Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg ist ein profundes Konzept, dessen Erstellung im Seminar aufgezeigt wird. Konkret wird dargelegt, welche Synergieeffekte zwischen einem erfolgreichen Shop und engagierter Öffentlichkeitsarbeit bestehen.

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

Qualifizierung zum Supervisor/ zur Supervisorin

Berufsbegleitende Fortbildung mit 11 Kursabschnitten

1. Kursabschnitt:
5. – 9.5.2003

2. Kursabschnitt:
22. – 26.9.2003

Ziel der Fortbildung, die insgesamt ca. 3 Jahre (63 Fortbildungstage) dauert, ist die Befähigung der Teilnehmer/innen zur Durchführung und Auswertung von Supervision in verschiedenen Arbeitsfeldern. Sie erwerben die hierzu erforderlichen personalen, methodisch-instrumentellen, theoretischen und feldspezifischen Kompetenzen.

Anmeldung und Information:
Akademie Remscheid,

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

Online

Das Internet in der pädagogischen Gruppenarbeit

17. – 21. März 2003

Im Mittelpunkt dieses Werkstattkurses stehen die grundlegenden Techniken und Dienste des Internet, das Erstellen einfacher Websites sowie die Gestaltung und die Einbindung von Bildern und Sound. Es werden Arbeitsweisen vorgestellt und praktisch erprobt, die sich in medienpädagogischen Angeboten für Kinder und Jugendliche bewährt haben.

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

Reset: Neustart für Ihren Internet-Auftritt

27. – 29. April 2003

Anmeldeschluß: 24. März 2003

Viele Internet-Auftritte von Museen sind mit viel Schwung und Arbeit angegangen worden, aber wenn die Seiten erst einmal im Netz stehen und der mühsame Alltag von Aktualisierung und Wartung beginnt, läßt der Elan oft nach. Das Praxis-Seminar soll Ihnen Anregungen geben, wie die Reorganisation eines Internet-Auftritts von Museen geplant, vorbereitet und durchgeführt werden kann.

Information und Anmeldung:
Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V.,

Postfach 1140, 38281
Wolfenbüttel,
fon 05331-808 415,
e-mail: post@bundesakademie.de
www.bundesakademie.de

PR online

Präsenzwochenende:

2.5. – 3.5.2003,

Online-Kurs:

3.5. – 6.6.2003

Der schnelle und einfache Service zur Bereitstellung von Texten und Bildern per E-Mail, Newsletter und Web wird von Journalisten gern in Anspruch genommen. In diesem Kurs werden Themen wie „Aufbau von Texten für das Internet“, „Pressegerecht thematisieren, webgerecht umsetzen“ und „Online-Medien als Werkzeuge in Kampagnen“ anhand von praxisorientierten Materialien vermittelt.

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

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Lernende Region: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

17. – 21. März 2003,
Werkstattkurs

Dieser Kurs wird veranstaltet im Rahmen des Projekts „Lernende Region Remscheid-Solingen-Wuppertal“. Er richtet sich an Mitarbeiter/innen von Aus-, Fort- und Weiterbildungseinrichtungen, die für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich sind. Die Akademie Remscheid, als ein Projektträger in NRW, bietet allen Netzwerkpartnern

hiermit ihr Know-how in Grundlagen, Strategien und praktischen Hilfen für das Kommunikationsmanagement an.

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

Tagungen und Symposien

Akademie Remscheid live

Workshops – Information – Beratung

18. Januar 2003,
11.00 – 16.00 Uhr

Wer die Akademie Remscheid und ihre Fortbildungsangebote persönlich kennen lernen möchte, hat an diesem Tag Gelegenheit dazu. Die Dozentinnen und Dozenten bieten Einführungsworkshops, Informationsgespräche und persönliche Beratungen an, um Einblicke zu vermitteln und Entscheidungshilfe zu leisten.

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

SPIELMARKT 2003

6. + 7. März 2003, 10 - 18 Uhr

Der SPIELMARKT ist das größte alljährliche Forum zum spielpädagogischen Erfahrungsaustausch. Rund 80 Institutionen, Gruppen, Initiativen und Fachleute stellen ihre Arbeit mit Ausstellungsständen, in kurzen Workshops und mit Fachvorträgen vor und bieten für alle Besucher/innen einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in der Spielpädagogik.

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

Remscheider Gespräche: Schlüsselkompetenzen durch kulturelle Bildung

7. April 2003, Werkstatt-Tagung

Die Künste, das Spiel und die Medien können Schlüssel sein, mit denen Menschen sich neue Erfahrungsbereiche und Bildungsfelder zugänglich machen. Es ist daher plausibel, von „Schlüsselkompetenzen“ zu sprechen, die durch kulturelle Bildung erworben und gestärkt werden. Welche Chancen und welche Probleme durch eine solche Perspektive möglicherweise entstehen, darüber wird bei dieser Tagung reflektiert und diskutiert.

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

Das „Wüsten-Mobil“

Ein Museums-Mobil ist eine mobile, interaktive Informationseinheit. Es dient der Besucherpädagogik und hilft, Ausstellungsinhalte mit vielen Objekten zum Sehen und Anfassen im direkten, ganz persönlichen Gespräch zu vermitteln.

Ein Museums-Mobil weckt Neugier bei Museumsbesuchern aller Alters- und Bildungsschichten, macht den Museumsbesuch zum hautnahen und denkwürdigen Erlebnis, begeistert für ein bestimmtes Thema, indem es alle Sinne anspricht und erlaubt Fragen und Diskussionen, was vor allem bei gesellschaftlich bedeutsamen Themen (wie Desertifikation) für die Museumsbesucher sehr wichtig sein kann.

Die interdisziplinäre Wüstenausstellung des Hessischen Landesmuseums Darmstadt wird von einem Museumsmobil zum Thema „Wüste“, dem *Wüsten-Mobil*, begleitet. Die Idee dazu stammt von Bettina Wurche.

Das Wüstenmobil besteht aus zahlreichen Objekten von verschiedenen Sorten Wüstensand über Kamelkot bis hin zu Tiermumien. Es zeigt den Besuchern, daß die Wüste erstaunlich viel Leben enthält. Die Museumsgäste erleben ein fremd und unwirtlich erscheinendes Ökosystem und staunen über die genialen Anpassungen der Tiere und Pflanzen. Durch den direkten Kontakt zu den Objekten und die persönliche, dem jeweiligen Gesprächspartner angepaßte Informationsvermittlung gewinnen die toten Ausstellungsobjekte an Leben. Kein Besucher kann sich der Faszination des staubfeinen roten Saharasandes entziehen oder die fremde Schönheit von Wüstenrose und Wüstenlack

ignorieren. Anhand eines Kamelschädels und -hufs können die Bedeutung des Kamels für die Wüstenbewohner und die speziellen Wüstenanpassungen des Tieres demonstriert werden. Auch der fast 10 cm große Schwarzkäfer oder die Rennmaus sind beeindruckende Beispiele für die Spezialisierung dieser Tiere an ihre scheinbar lebensfeindliche Umgebung. Besonders eindrucksvoll ist ein Terrarium mit einem kleinen Reptil oder einem Käfer, so daß das Wüstenleben direkt erlebt werden kann. Mit besonders interessierten Besuchern kann zusätzlich auch über die Probleme der Desertifikation diskutiert werden.

Die Materialien für das Wüstenmobil befinden sich in zwei Koffern und können innerhalb kürzester Zeit an beliebiger Stelle in der Sammlung auf einem kleinen Tisch aufgebaut werden.

Das Prinzip des Museumsmobils kann auf jedes beliebige Thema übertragen werden und ist im Museum wie auch auf externen Veranstaltungen einsetzbar. Die einzige Vorbedingung ist eine engagierte Person, die das Material den Museumsgästen nahe bringt.

Bettina Wurche

Zwischenbilanz: Sommerakademie in Österreich

Reflexion der Museumspraxis – Die Internationale Sommerakademie für Museologie

In seinem Vortrag auf der ersten Internationalen Sommerakademie für Museologie 1999 überraschte mich der Museumssoziologe Heiner Treinen mit dem Satz, keine kulturelle Institution habe in den letzten

Jahrzehnten eine derart dynamische Modernisierung durchgemacht wie das Museum.

Ich bin bis heute nicht sicher, ob das stimmt. Kennen wir nicht alle die Zählebigkeit konservativer Strukturen der Institution, den Mangel an Kreativität in der Ausstellungspolitik, die mediale und gestalterische Uniformität, die Phantasielosigkeit der immergleichen Sammelstrategien?

In einer Hinsicht gebe ich Heiner Treinen sofort recht: das gesellschaftliche Umfeld des Museums hat sich geändert und provoziert die Wandlungs- und Anpassungsfähigkeit der Institution und seiner MitarbeiterInnen. Die Anforderungen an Management- und Organisationsfähigkeiten sind sprunghaft gewachsen, seit auch das Museum mehr und mehr an Quoten, Umsätzen und Rentabilität gemessen wird.

Heiner Treinens Satz mag aber noch in einer anderen Richtung gemeint gewesen sein. Was sich wirklich mit unglaublicher Dynamik entwickelt hat und weiter entwickelt, ist das reflexive Feld, das sich um das Museum gebildet hat. Wenn Museologie vor zwei oder drei Jahrzehnten doch eher eine praxisorientierende und aus der Praxis des Museums entwickelte „Hilfswissenschaft“ war, so ist sie heute eine komplexe Kulturwissenschaft. Und kaum eine Geistes- oder Sozialwissenschaft geht heute am Museum als „Schlüsselphänomen der Moderne“ mehr vorbei. Es hat sich ein in den und zwischen den Disziplinen angesiedeltes Interesse am Museum, am Sammeln, an der Museumsarchitektur, am Ausstellen usw. entwickelt, in dem die großen aktuellen Paradigmen der Kulturwissenschaften – Geschichte, Identität, Repräsentation oder Community – verhandelt werden.

Genau darauf richtete sich unser Ehrgeiz anlässlich der Gründung

der Internationalen Sommerakademie für Museologie. Der avancierte Stand der Theoriebildung sollte mit der sich dynamisch wandelnden Praxis der Museumsarbeit vermittelt werden. In einer dichten Seminarsituation werden wohl die „Grundfunktionen und -aufgaben“ des Museums thematisiert, also das Interesse an vernünftiger Gestaltung der Alltagsanforderungen des Museums berücksichtigt, aber immer durchkreuzt von einer Reflexion des Gesamten des Museums als „hybrider Institution“. „Reflexion der Praxis“ ist so etwas wie das Motto der Veranstaltung, und die sorgfältige Auswahl der ReferentInnen sowie das Konzept der jeweiligen Akademiewoche tragen dem Rechnung. Inventarisieren wird, um Beispiele zu nennen, nicht als ausschließlich technisches Problem oder gar nur der glücklichen Wahl der richtigen Software behandelt, sondern als eine Arbeit, in der fundamentale Entscheidungen getroffen werden, was praktische Ratschläge über technische Lösungen nicht ausschließt. Sammeln wird nicht

in erster Linie als organisatorische und verwaltungstechnische Aufgabe, sondern als essenzielle strategische Entscheidung bearbeitet. Unsere Aufmerksamkeit gilt, anders als es in einem fetischisierendem Verständnis vom Museum weit verbreitet ist, nicht der Sorge um den pflegerischen Umgang mit Dingen, sondern der Sensibilität dem Exponat gegenüber als kommunikativem Medium, das als Spur auf einen abwesenden Lebenszusammenhang führt.

Jetzt, nach der Durchführung von vier Sommerakademien und in der Vorbereitung zur fünften, können wir sagen, daß die Resonanz auf unser Angebot über unsere Erwartungen hinaus positiv ist. Was wir als Konzept anbieten wird gebraucht und wird daher nachgefragt. Es sind nicht nur die Anfragen und die Anmeldungen, die immer ein Mehrfaches der TeilnehmerInnenzahl von maximal 25 Personen ausmacht, die unser Konzept bestätigen, es ist auch das Feedback der ExpertInnen und vor allem der TeilnehmerInnen in und z.T. lange nach der Ver-

anstaltung, das uns ermutigt und freut.

Was ist das nun – die Internationale Sommerakademie für Museologie? Die Akademie ist eine einwöchige Veranstaltung mit einem Programm von etwa 50 Stunden Umfang – Vorträge, Diskussionen, Exkursion, Museumsbesichtigungen, workshops, Arbeit in Kleingruppen, „Projektbörsen“, in denen die TeilnehmerInnen von ihrer eigenen Arbeit berichten u.a.m. Die maximal 25 Personen der Gruppe kommen aus Museen, Ausstellungsprojekten, der freien Kulturarbeit und verschiedenen Studienrichtungen an Universitäten. Die Mischung der Gruppe ist sehr produktiv und wird von den TeilnehmerInnen sehr geschätzt. Die Sommerakademie wird mit einem Zertifikat des Interuniversitären Instituts für Interdisziplinäre Forschung und Fortbildung der Universitäten Wien, Innsbruck, Graz und Klagenfurt abgeschlossen.

Zum – von Jahr zu Jahr sich etwas ändernden – Themenspektrum gehören u.a.: Organisatorische und institutionelle



TeilnehmerInnen der Sommerakademie

Aspekte des Museums; Museumsgeschichte; Bestandsbewahrung, -erschließung und -dokumentation; Museums- und Ausstellungsdidaktik; Museumsarchitektur; Museum und Cultural Studies; Museum und Repräsentation; Projektmanagement (Teamführung und -organisation; Arbeitsplanung, Budgetierung, Finanzierung); Öffentlichkeitsarbeit und Marketing; Museumssoziologie.

International ist die Sommerakademie sowohl in Bezug auf die Herkunft der TeilnehmerInnen – bislang kamen sie aus elf verschiedene Ländern –, als auch in Bezug auf die Herkunft der ReferentInnen.

Die Sommerakademie findet im Schloßhotel Gabelhofen/ Fohnsdorf (Steiermark) statt. Sie wird finanziell vom Land Steiermark und der Gemeinde Fohnsdorf unterstützt.

Das Leitungsteam besteht aus Dr. Gottfried Fliedl (AG Museologie am IFF/Projektleiter), Univ.Prof. Dr. Helmut Eberhart (Institut für Volkskunde und Kulturanthropologie, Universität Graz), Dr. Eva Grabherr (Gründungsdirektorin des Jüdischen Museums Hohenems, jetzt Geschäftsführerin von Verein-Aktion-Mitarbeit, Dornbirn) und Prisca Olbrich (AG Museologie am IFF).

Veranstalter ist die Arbeitsgruppe Museologie des Instituts für Interdisziplinäre Forschung und Fortbildung der Universitäten Klagenfurt, Wien, Innsbruck, Graz (IFF). Die Arbeitsgruppe, die ihre Projekte überwiegend aus Drittmitteln finanziert, engagiert sich seit 15 Jahren in der museologischen Forschung, Lehre, Aus- und Weiterbildung und Beratung und gibt neben einschlägigen Publikationen auch die Buchreihe „Museum zum Quadrat“ heraus.

Ausführliche Informationen zur Arbeitsgruppe und zur Som-

merakademie, auch zu den vier bisher durchgeführten Veranstaltungen finden Sie auf unserer Webseite: www.univie.ac.at/iffroec/museologie/index.html
email: sommerakademie.museologie@iff.ac.at

Gottfried Fliedl

Besuch aus Tallinn

Im Vorfeld einer Zusammenarbeit zwischen dem Goethe-Institut Tallinn und dem Bundesverband Museumspädagogik e.V. besuchten uns zwei estnische Museumspädagoginnen, Tiina-Mall Kreem und Mariann Rasma aus Tallinn. Beide nahmen im November 2002 an einem Deutschkurs im Goethe-Institut in München teil und nutzten die Gelegenheit, sich in Museen von München, Stuttgart und Karlsruhe umzuschauen. Dabei interessierten sie sich vor allem für das Arbeitsfeld der Museumspädagogik.

Tiina-Mall arbeitet als Kuratorin am Kadriorg Kunstmuseum und ist für Museumspädagogik verantwortlich. Mariann ist Projektleiterin für das beantragte EU-Projekt zur Qualifizierung der estnischen MuseumspädagogInnen. Ziel dieses Projekts ist ein quantitativer und qualitativer Ausbau der Museumspädagogik und damit verbunden eine verstärkte Akzeptanz seitens der Museen wie auch der Regierung. Gegenwärtig arbeiten in Estland nur 18 Museumspädagogen, und dabei wären 200 Museen zu betreuen. Das heißt, es müssen neue Stellen geschaffen und mit gut ausgebildeten Fachleuten besetzt werden. Gleichzeitig sollte ein Netzwerk entstehen, welches die Kommunikation und die Zusammenarbeit erleichtert. Workshops in Estland sowie Praktika in den beteiligten Ländern sind für 2003 vorgesehen, sofern die EU-Mittel bewilligt werden.

Der Besuch sollte dazu dienen, Strukturen der deutschen Museumslandschaft, museumspädagogische Einrichtungen und Methoden kennen zu lernen.

In München erhielten die estnischen Kolleginnen einen Einblick in die Arbeitsweise und Aufgabenfelder des MPZ. In Stuttgart besuchten wir eine sog. „Musikpause“ im Württembergischen Landesmuseum und anschließend die Manet-Ausstellung in der Staatsgalerie. In Karlsruhe schlossen sich eine Vernissage im Kindermuseum der Staatlichen Kunsthalle, ein Blick hinter die Kulissen der Museumspädagogik am Badischen Landesmuseum sowie in das Zentrum für Kunst und Medien (ZKM) mit Städtischer Galerie und dem Museum für Moderne Kunst an. Viele Kontakte und Gespräche mit Museumsleuten in den genannten Häusern ließen immer wieder erkennen, daß der eingeschlagene Weg einer internationalen Zusammenarbeit reiche Früchte erbringen kann, und zwar für beide Seiten.

*Dr. Gabriele Kindler,
BVMP-Vorstand,
e-mail: gkindler@web.de*

Kurz gefragt: Doris Edler

Doris Edler ist seit 10 Jahren als Museumspädagogin am Städtischen Museum Gelsenkirchen tätig. Seit acht Jahren leitet sie dieses Haus mit zwei weiteren Wissenschaftlern.

Gehst du auch im Urlaub ins Museum?

Ja

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

Auf jeden Fall das neue Jüdische Museum in Berlin, wo ich vor vier Wochen zum ersten Mal war.

Was ist für dich das Wichtigste am Museum?

Eine gute und überzeugende Präsentation und eine ebensolche Vermittlungsarbeit.

Was ärgert dich an Museen am häufigsten?

Unfreundliche Aufsichten und langweilige Führungen.

Stell' dir vor, du hast alle Möglichkeiten und jede Menge Geld – welche Vision hast du?

Jede Menge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen und vielseitige Programme für alle Besucherschichten realisieren.

Was macht dir an deiner Arbeit am meisten Spaß?

Daß sie so vielseitig ist und mich mit vielen Menschen zusammen bringt und immer neue Wendungen hat.

Und was am wenigsten?

Daß ich um jeden Cent betteln muß.

Was tust du zur Entspannung?

So oft es geht verreisen, workout im Studio und mit Freunden treffen.

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

Ich wäre vom Fleck weg selbstbewußt, hätte an vielen Orten studiert, um am Ende das machen zu können, was ich auch heute mache.

Welche Eigenschaft schätzt du an dir am meisten?

Toleranz und Einfühlungsvermögen.

Welche deiner Eigenschaften gefällt dir am wenigsten?

Ich umgehe Konflikte.

Kurz gefragt

