

Bundesakademie für kulturelle Bildung
Dr. Andreas Grünewald Steiger
Leiter Fachbereich Museum

Die Bundesakademie für kulturelle Bildung, Wolfenbüttel

Die Bundesakademie dient satzungsgemäß der Weiterentwicklung der kulturellen Bildung. Dies bewirkt sie insbesondere als Ort der Fort- und Weiterbildung von haupt-, neben- und ehrenamtlichen Kräften, die in künstlerischen und kulturvermittelnden Arbeitsfeldern tätig sind, sowie als Forum des kulturfachlichen und kulturpolitischen Diskurses. Dazu tragen ferner bei die Erarbeitung und Vermittlung innovativer Ansätze in der künstlerischen und kulturellen Bildung, die Beratung und Unterstützung von Institutionen und Personen des Kulturbereichs sowie die Publikation von Arbeitsergebnissen. Ihr Auftrag gilt bundesweit. Sie stärkt das Angebot von hochqualifiziertem Personal auf dem Arbeitsmarkt der kulturproduzierenden und kulturvermittelnden Berufe in Deutschland.

Die Fortbildung wird in fünf Fachbereichen geplant, organisiert und durchgeführt: Bildende Kunst, Literatur, Museum, Musik, Theater, die auch interdisziplinär arbeiten und zusammenarbeiten.

Der Fachbereich Museum

Im Fachbereich Museum finden zwischen 30 und 35 Veranstaltungen im Jahr statt. Sie gliedern sich in unterschiedliche Formate wie Seminare, Workshops, Trainings, Tagungen und Symposien zur Kulturpolitik sowie Fachexkursionen zu Referenzmuseen in Deutschland und in das europäische Ausland.

Der inhaltliche Schwerpunkt der Fortbildungen subsummiert sich unter dem Begriff ‚Museumskommunikation‘. Darunter verstehen sich die Themenbereiche, die im Überschneidungsfeld wissenschaftlicher Arbeit und öffentlicher Präsenz der Institution liegen. Dabei unterscheiden wir zwei Teilbereiche: die interne und die externe Kommunikation. Die interne Kommunikation charakterisiert sich durch folgende Themen: Organisationsentwicklung, Konfliktmanagement, Personalführung und -organisation, Finanzierungsstrategien. Die externe Kommunikation umfasst alle Arbeitsfelder, die Berührungspunkte mit Öffentlichkeit aufweisen: Bildung, Besucherforschung, PR und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Ausstellungs-konzeption und -organisation, konventionelle und neue Medien, Persönlichkeitsentwicklung (Rhetorik- und Präsentationstraining).

Neben der Weiterbildung als Kerngeschäft bietet der Fachbereich Hilfestellung und Beratung bei Projektentwicklungsvorhaben, Vermittlung von Know-how im Bereich der Organisationsentwicklung sowie Unterstützung in konzeptioneller Planung und Umsetzung.

Einen besonderen internationalen Schwerpunkt im Arbeitsprogramm bildet zurzeit das Projekt der Qualifikation von Nachwuchsführungskräften in russischen Museen, hier mit dem thematischen Schwerpunkt Museumsmanagement und Museumskommunikation, das in Zusammenarbeit mit der Deutschen Management Akademie Niedersachsen, der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien im Bundeskanzleramt und dem Ministerium für Kultur in Moskau zwischen 2004 und 2006 stattfindet.

Zielgruppen und Profile

Alle Veranstaltungen sind konzipiert als berufsbegleitende Qualifizierungen und richten sich an wissenschaftliche Mitarbeiter in Museen, Galerien und Ausstellungshäusern. In der Regel beziehen sich die Angebote auf das sogenannte Nachwuchsführungspersonal. Eine weitere wesentliche Zielgruppe ist die der Abteilungsleiter und Direktoren, für die das Programm auf deren Bedürfnisse spezifisch zugeschnittene Seminare ausweist. Unter allen Teilnehmern bilden die Studenten die kleinste Gruppe, Volontäre haben einen Anteil von etwa 10%. Mit dem expandierenden Markt, forciert durch Kürzungen im Personalmittelbereich und daraus resultierenden Outsourcings, steigt der Anteil selbständiger und freiberuflicher Wissenschaftler deutlich an.

Auszug aus einer Evaluation der Teilnehmer von Qualifizierungen der Bundesakademie zwischen 2000 und 2003 (Angaben bezogen auf den Fachbereich Museum):

- Im Jahr 2004 nahmen 286 Teilnehmer verteilt auf insgesamt 69 Kurtsage an Veranstaltungen des Fachbereichs Museum teil
- Das Durchschnittsalter der Teilnehmer beträgt 41,5 Jahre
- Die Durchschnittsentfernung zwischen Wohnort und Akademie beträgt 321 km
- 91% der Teilnehmer verfügen über Hochschulabschlüsse
- 61% der Teilnehmer haben hauptberuflich Anstellungen
- 28% arbeiten freiberuflich, 9% ehrenamtlich
- 78% aller Teilnehmer zählen sich zum Bereich der Kulturvermittlung (externe Kommunikation)
- Für 56% ist das berufliche Vorankommen wesentlichste Motivation zum Besuch der Seminare, 46 % wollen ihre Kompetenzen im Bereich Museumsmanagement stärken

Weitere Informationen über die Arbeit der Bundesakademie für kulturelle Bildung unter www.bundesakademie.de.

Zum Bildungsauftrag der Museen

Vorbemerkung

Die folgende Stellungnahme zum Bildungsauftrag der Museen entstand im Frühjahr 2004 unter Federführung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V.^{a)}

Im Prozess der Erarbeitung und Formulierung des Papiers bezog der Vorstand des Bundesverbandes namhafte Wissenschaftler und Praktiker aus Lehre und Forschung der Bereiche Museumskommunikation, Bildung und kulturelle Vermittlung sowie Experten aus dem Gebiet der Weiterbildung und berufsbegleitenden Qualifizierung mit ein.

Als Mitbeteiligter an der Erstellung dieses Papiers und auch Mitträger dessen inhaltlicher Aussage scheint es mir deshalb sinnvoll, die Definition der Rahmenbedingungen und der daraus resultierenden Empfehlungen zum Thema ‚Bildungsauftrag der Museen‘ der Kommission als Informations- und Diskussionsgrundlage zur Verfügung zu stellen:

1. Museen und ihre gesellschaftliche Aufgabe

Museen stehen im Dienste der Gesellschaft und erbringen Leistungen für die Gesellschaft und ihre Entwicklung. Sie bewahren die materiellen Aspekte unseres historischen Erbes in allen Facetten von Natur, Technik, Geschichte, Kunst und Kultur. Museen bieten mit ihren Sammlungen unverwechselbarer Originale und mit ihren Ausstellungen eigenständige Bildungsangebote.

Sie ermöglichen allen Bevölkerungsgruppen einen Zugang zu ihren Sammlungsbeständen und mit diesen eine intensive, ebenso kognitive wie sinnliche Auseinandersetzung. Museen bergen ein hohes Potenzial für individuelles, gezieltes aber auch informelles Lernen und für kreatives, innovatives und sozial verantwortliches Handeln.

2. Aktuelle Situation

Jüngste Untersuchungen wie PISA verdeutlichen, dass in Deutschland im Bildungsbereich Handlungsbedarf besteht. Unsere komplexer werdende Lebenswelt erfordert neue Qualifikationen und Schlüsselkompetenzen, wie Teamfähigkeit und Toleranz, gesellschaftliches Engagement, Kommunikationsfähigkeit und Kreativität.

Vor diesem Hintergrund kommt heute innerhalb der vier klassischen Säulen der Museumsarbeit, „*dem Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln*“, der Bildungs- und Vermittlungsaufgabe der Museen eine erweiterte und stärkere Bedeutung zu.

3. Bildungsauftrag der Museen

Die unmittelbare Begegnung mit originalen Zeugnissen im Museum schafft Orientierungsgrundlagen und Maßstäbe der Bewahrung von Erbe und Tradition, aber auch der Auseinandersetzung mit Gegenwart und Zukunft. Museen vermitteln ästhetische Werte, eröffnen den Zugang zu vergangenen Epochen und zu fremden Kulturen, schärfen unseren Blick auf unsere Welt und Umwelt und regen zu sinnvoller Freizeitgestaltung an.

Damit sind Museen Orte lebenslangen Lernens für Jung und Alt, die hier sowohl spezielles Wissen wie allgemeine sog. Schlüsselqualifikationen erwerben können. Dieser Bildungsprozess wirkt nachhaltig, weil im Museum Erfahrungen gesammelt werden, die ganzheitlich eingebunden, selbst nachvollziehbar, sinnlich erlebbar und somit als Lernprozess stärker motiviert sind - umso mehr als Museen auch Orte des Erlebens, der Freizeit und der interkulturellen Begegnung sind.

4. Besucherorientierung

Besucherorientierung muss im Museum ein wesentliches Leitmotiv sein. Sie erstreckt sich auf Ausstellungskonzeption, architektonische Gestaltung, Bildungs- und Vermittlungsangebote sowie Rahmenbedingungen, zum Beispiel besucherfreundliche Öffnungszeiten, aufmerksames und entgegenkommendes Personal oder leicht verständliche und lesbare Objekt- und Informationstexte und Publikationen. Aus diesen Gründen sind Fachkräfte aus den Bereichen Museumspädagogik, Bildung und Kommunikation von Anfang an in die jeweiligen musealen Arbeitsfelder und Ausstellungsprojekte mit einzubeziehen.

5. Zielgruppen

Der Bildungsauftrag der Museen richtet sich an alle Bevölkerungsgruppen. Jeder Interessierte soll seinen ganz individuellen Zugang sowie vertiefende Informationsangebote zu den Exponaten aus Geschichte und Gegenwart finden können. Zielgruppen spezifisch anzusprechen sind zum Beispiel Kinder, Jugendliche, Familien, Minoritäten, Besucher mit Behinderungen, Senioren, ausländische Mitbürger, Schulklassen, Einzel- und Gruppenbesucher.

6. Methodenvielfalt

Vermittlung im Museum bezieht sich im Kern auf partizipatorische Elemente, das heißt, sie knüpft an den individuellen Erfahrungshorizont der Besucher an, schafft ein Forum für Begegnung und Kommunikation und ermöglicht damit ein gemeinschaftlich ausgerichtetes Lernen.

Thematisch und inhaltlich basieren die Aktivitäten auf den originalen Sammlungsbeständen der jeweiligen Museen. Die Methoden müssen den Zielgruppen entsprechen, sie müssen verständlich und anschaulich sowie handlungsorientiert und interaktiv sein. Zunehmend werden sie durch den Einsatz von Medien aller Art unterstützt. Wissenschaftliche Seriosität und konservatorische Ansprüche der anvertrauten Kulturgüter dürfen dabei nicht gefährdet werden.

7. Empfehlungen

Der Bundesverband Museumspädagogik formuliert folgende Anregungen an unterschiedliche Adressaten:

- Erstellen eines Leitprogramms für die Vermittlungs- und Bildungsarbeit des Museums, das regelmäßig überprüft, evaluiert und aktualisiert werden sollte
- Kontinuierliche Fortbildung der Kuratoren im Bildungsbereich sowie anderer museumspädagogischer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in methodischen, didaktischen und fachwissenschaftlichen Belangen
- Fachwissenschaftliche Volontäre sind eine Zeit lang in die Museumspädagogik (Bildungs- und Vermittlungsarbeit) zu integrieren, um deren Ziele und Aufgaben in der Praxis kennen zu lernen
- Bereitstellung notwendiger finanzieller Mittel und Ausstattung für museumspädagogisches Personal und für Bildungsangebote
- Entwicklung spezieller Vermittlungsangebote für unterschiedliche Zielgruppen, insbesondere auch für die offene Ganztagschule
- Fortbildungsangebote für Lehrkräfte, Erzieher und andere Multiplikatoren
- Durchführung von Besucherevaluationen durch kompetente Personen
- Integration und Mitspracherecht der Museumspädagogik bei allen Entscheidungen im Zusammenhang mit Besuchern und Besucherinnen

Empfehlungen an die Träger der Museen

- Besucherorientierung als Leitgedanke des Museums anerkennen und fördern
- Schaffung der notwendigen finanziellen, räumlichen, verwaltungstechnischen und personellen Rahmenbedingungen im Bildungs- und Vermittlungsbereich.

Empfehlungen an die Partner im Schulsektor

- In den Lehrplänen sind Museen und Ausstellungen stärker zu berücksichtigen
- Museumsbesuche bieten den Schülern aber auch über die Lehrpläne hinaus wichtige Lernmöglichkeiten, etwa bei fächerübergreifenden Projekten im Museum
- Es ist ausdrücklich erwünscht, dass Lehrer mit ihren Schülern und Schülerinnen das Museum als außerschulischen Lernort noch stärker und gezielter nutzen Für Museumsbesuche sind die notwendigen finanziellen und organisatorischen Mittel bereitzustellen
- Museumsbesuche müssen sowohl organisatorisch als auch inhaltlich vor- und nachbereitet werden.
- Allen Schularten sind Museumsbesuche zu ermöglichen Museumsbesuche müssen in der Lehrerbildung obligatorischer Bestandteil werden
- Für die Kooperation zwischen Schulen und Museen sind geeignete Lehrkräfte an die Museen stundenweise abzuordnen

Empfehlungen an weitere Kooperationspartner

- Vernetzung der Museen untereinander und mit anderen örtlichen und regionalen Einrichtungen bei Projekten, bei gemeinsamen Bildungs- und Begleitprogrammen, um Synergieeffekte zu nutzen
- Ausbau und Intensivierung der Zusammenarbeit auch mit anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen, zum Beispiel mit Kindergärten, Schulen, freien Jugendgruppen, mit Fachhochschulen und Universitäten, Erwachsenen-Bildungseinrichtungen staatlicher, kommunaler, privater und kirchlicher Träger, mit Kunst- und Musikschulen, mit Archiven und Bibliotheken, mit Städte- und Gästeführern, mit Kunst-, geschichts- und heimatkundlichen Vereinen, mit Fortbildungseinrichtungen der Wirtschaft

Der Vorstand des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V.

München, im April 2004

a) Weitere Informationen über den Bundesverband unter www.museumspaedagogik.org