

**Pinakothek der Moderne**  
Prof. Dr. Carla Schulz-Hoffmann  
Susanne Kudorfer

## **„Kulturelle Bildung im Museum“**

### **A. Kulturelle Bildung in der Lebensperspektive – Lernort Museum: Von der Früherziehung bis zur Erwachsenenbildung**

1. Wie kann das Museum in die Breite wirken und alle sozialen Schichten erreichen?  
Förderlich für eine breite Nutzung des Museums sind prinzipiell:  
- eine besucherorientierte Haltung des Museums und seiner Mitarbeiter (z.B. attraktive Öffnungszeiten, freundliches Personal, zugängliches Informationsmaterial), - gezielte Vermittlungsangebote für verschiedenste Alters- und Interessensgruppen,  
- aktive Kommunikation.  
Auch populäre Veranstaltungen (z.B. Lange Nacht) und eintrittsfreie bzw. stark ermäßigte Besuchertage führen zu besserer Akzeptanz und stärkerer Nutzung des Museums. Um Menschen, die bisher keinen Kontakt und keine Affinität zu Museen hatten wirklich an die Inhalte heranzuführen, sind aus unserer Erfahrung jedoch speziell entwickelte Vermittlungsangebote notwendig (z.B. PINK in der Pinakothek der Moderne oder die „Community Programmes“ der Tate Modern), die Gruppen aus eher museumsfernen gesellschaftlichen Schichten aktiv ansprechen und in das Museum einladen.
2. Inwiefern ist das Museum besonders gut dazu geeignet, verschiedene Generationen ins Gespräch miteinander zu bringen?  
Museen bewahren und vermitteln kulturelle Werte und Traditionen. Sie setzen sich zeitgemäß mit ihren Inhalten auseinander. Kunstwerke sind uneindeutig und fordern gedankliche Auseinandersetzung, die in Gesprächen im Museum stattfinden kann. Themen und Inhalte also, über die generationenübergreifend diskutiert werden kann. Kulturelle Bildung ist ein „lebenslanges Projekt“. Das Museum und seine Inhalte können in jeder Lebensphase Ort und Anlass für Bildungsprozesse sein.
3. Museumspädagogik wird oft ausschließlich mit der Arbeit mit Schülern assoziiert. Welche Praxisbeispiele von Pädagogik für Erwachsene kennen Sie?  
Die Pinakotheken bieten eine Fülle von Kunstvermittlungsangeboten vor allem für Erwachsene an: tägliche thematische Führungen zu einzelnen Künstlern, Werken oder übergreifenden Themen; Workshops mit Theorie und Praxis, Künstlergespräche, Vorträge, etc. Auch das Vermittlungsangebot für besondere Zielgruppen PINK, wendet sich vor allem an Erwachsene.
4. Kindliche Früherziehung ist ein großes Thema der letzten Jahre. Welchen Beitrag kann das Museum hier leisten? Welche Maßnahmen sind notwendig, um die Angebote für Kinder in Museen auszubauen?  
Museen können einen großen Beitrag in der kindlichen Früherziehung leisten, wenn entsprechende Rahmenbedingungen gewährleistet sind. Kinder können im Museum einen Teil der Welt entdecken. Die Auseinandersetzung mit künstlerischen Symbolsystemen und sinnlichen Materialien ist wertvoll, fördert die Wahrnehmungsfähigkeit, kann Spracherwerb und Ausdrucksfähigkeit begünstigen.
5. Museen sind ein Ort des kulturellen Gedächtnisses einer Gesellschaft und damit wichtig für die kulturelle Identität eines Landes. Welchen Beitrag kann die Museumspädagogik zum kulturellen Dialog und damit zur Integration von Migranten leisten? Welche Erfahrungen mit Migrantenkulturen im Museum haben Sie?  
Die Münchner Volkshochschule (MVHS) hat hier hervorragende Programme entwickelt.
6. Welche Kooperationsmodelle mit Schulen kennen Sie? Wie lassen sie sich forcieren?  
Zu den üblichen oft einmaligen Besuchen von Schulklassen könnten neue Modelle der Kooperation und längerfristigen Auseinandersetzung treten. Wir haben z.B. im Rahmen des Wettbewerbs „schule@museum“ ein Modellprojekt durchgeführt, bei dem ein Leistungskurs Kunst über ein Jahr die

Aktivitäten des Museums vor und hinter den Kulissen verfolgt hat. Schulische Aufgaben, wie die abschließenden Facharbeiten wurden zu Inhalten und Themen des Museums erstellt. Alle individuellen und gemeinsamen Projekte flossen in eine von den Jugendlichen gestaltete Internetseite über das Museum. Engerer Kontakt, partnerschaftliche Zusammenarbeit und spezielle Angebote für Lehrerinnen und Lehrer könnten den Austausch fördern und bewirken, dass Schulen und Museen intensiver zusammenarbeiten.

7. Welchen Einfluss haben neue Medien auf die Museumspädagogik? Wie lassen sie sich integrieren? Wo liegen Chancen und Risiken?

Neue Medien sind ein Weg der Vermittlung. Von der Internetseite, die im Vorfeld oder nach dem Museumsbesuch Informationen bereithält über Audio-Guides bis zu multimedialen Informationsmedien im Museum. Die Medien beeinflussen unsere Wahrnehmungsgewohnheiten, finden Eingang in künstlerische Produktionen und können schon von daher nicht vor dem Museum halt machen. Es gilt sie neben sinnlichen und sprachlichen Vermittlungsformen reflektiert und kreativ zu nutzen.

## **B. Stellenwert der kulturellen Bildung im Museum – Finanzierung und bürgerschaftliches Engagement (Ehrenamt)**

1. Wie hat sich der Stellenwert der Vermittlung in Museen in den letzten Jahrzehnten, v.a. seit den 70er Jahren, entwickelt? Gibt es Unterschiede in Bundes-, Landes und Kommunalträgerschaft?

Mit der aktuellen Bildungsdiskussion scheint das Thema der Vermittlung im Museum nach dem Boom der 70er Jahre heute neue Aktualität zu bekommen.

2. Welche Stellung hat die Museumspädagogik gegenüber den drei anderen Kernaufgaben musealer Arbeit (Sammeln, Bewahren, Forschen)? Welche Bedeutung hat insbesondere der didaktische Ansatz bei Ausstellungsplanung und -realisierung? Werden Museumspädagogen in die Ausstellungsplanungen eingebunden? Wie sind Museumspädagogen im Haus eingruppiert (Tarifgruppe, Verhältnis von Festangestellten und Werkverträger/Zeitverträger etc.)? Sollten Museumspädagogen in Leitungsebenen eines Museums eingebunden sein?

Die Vermittlung sollte ein zentrales Anliegen der Museumsarbeit sein und möglichst in alle Bereiche und Ebenen eingebunden werden.

3. Der Bundesverband Museumspädagogik empfiehlt den Trägern von Museen, die Besucherorientierung als Leitgedanken zu fördern. Wie soll dies konkret geschehen? Was halten Sie von Leitzieldebatten und darauf aufbauenden verpflichtenden Museumsordnungen?

Die Besucherorientierung sollte in den Leitgedanken und Zielen des Museums formuliert sein.

4. Die Enquete diskutiert auf der Basis ausländischer Erfahrungen, z.B. in Großbritannien, die Möglichkeit, öffentliche Fördergelder stärker zweckgebunden zu vergeben. So könnte die Vergabe von Geldmitteln an den Nachweis von Angeboten kultureller Bildung gekoppelt werden. Halten Sie diesen Ansatz für realisierbar, insbesondere im Hinblick auf die unterschiedlichen Trägerschaften (Bund, Land, Kommune)? Wie könnte eine Evaluierung des Angebots kultureller Bildung aussehen?

Die Wirksamkeit der britischen Vergabepolitik wird in der Fülle und Qualität der Angebote für Besucher jeder Herkunft deutlich. Die Evaluierung darf keinesfalls nur quantitative Aspekte berücksichtigen. Entscheidend ist die Qualität der Vermittlungsprozesse, für deren Evaluation angemessene Wege gefunden werden müssen. Hier spielt die Professionalisierung für dieses Arbeitsfeld eine wichtige Rolle.

5. Welche Formen „ausgesorcter“ Museumspädagogik kennen Sie?

Die Entwicklung der Museumspädagogik kennt verschiedene Modelle des „Outsourcing“. Die Museumspädagogischen Zentren (München, Nürnberg) und Außenstellen (Berlin, Köln) der 60er und 70er Jahre sind hier zu nennen. In den 80er und 90er Jahren haben sich im deutschsprachigen Raum vor allem in Österreich zahlreiche sog. „freie Gruppen“ formiert, die hervorragende Vermittlungsarbeit leiste(te)n. „Outsourcing“ an örtliche Volkshochschulen oder selbständige Kulturvermittler sind ebenfalls üblich. In jedem Fall ist m.E. im Museum ein kompetenter Ansprechpartner für die Vermittlung notwendig um gemeinsame Ziele und Qualität mit „freien“ Mitarbeitern oder Agenturen zu sichern.

6. Die Pinakothek der Moderne arbeitet mit der Philip Morris-Stiftung in einem Projekt der kulturellen Bildung zusammen. Welche Motive haben Philip Morris dazu veranlasst? Wie lässt sich über Eventausstellungen hinaus finanzielles Engagement von Sponsoren für den Bereich der Vermittlung generieren? Kennen Sie weitere positive Beispiele?  
Gesellschaftliches Engagement und Kunstförderung haben eine lange Tradition bei der Philip Morris GmbH. Mit dem Kunstvermittlungsprojekt „PINK“ konnten diese beiden Bereiche auf wunderbare Weise verbunden werden. Vielleicht können mehr Unternehmen von der nachhaltigen Wirkung solcher Projekte überzeugt werden.
7. Im Ausland, z.B. in GB und Schweden, hat man kostenlosen Eintritt in Museen. Die Besucherzahlen steigen immens an. Welche Auswirkungen auf die Breitenwirkung von Museen haben Eintrittsgelder? Welches Potential für die kulturelle Breitenbildung in Deutschland sehen Sie bei Einführung eines kostenlosen Eintritts?  
Die Erfahrungen, die wir mit dem eintrittsfreien Sonntag (seit kurzem: 1 € Eintritt) in München machen, zeigen, dass dieser Tag erheblich zur Akzeptanz und Breitenwirkung beiträgt. Die Pinakothek der Moderne, Deutschlands in dieser Hinsicht erfolgreichstes Kunstmuseum hätte keinesfalls vergleichbare Besucherzahlen ohne diese Regelung. Vor allem die Zahlen der Londoner Museen zeigen deutlich, dass hier ein enormes Potenzial steckt. Aktivitäten für sozial Benachteiligte werden obsolet, wenn der Eintritt unerschwinglich ist.
8. Im Kulturbereich werden die sog. „1-Euro-Jobs“ diskutiert, u.a. für den Bereich Digitalisierung. Können 1-Euro-Jobber im Bereich der Museumspädagogik eingesetzt werden? Welche Vorteile und Nachteile hätte das?  
Das Berufsfeld Museumspädagogik erfordert sehr umfassende Qualifikationen. Vermittler müssen sowohl in ihrem Fach wie in den Methoden und Techniken der Vermittlung kompetent und ausgebildet sein. Ein Einsatz von 1-Euro-Jobbern erscheint mir in diesem Bereich schwierig.
9. Referenten für Museumspädagogik an Museen stehen in Gefahr, als Scheinselbständige deklariert zu werden. Welche Folgen hat aus ihrer Erfahrung das Gesetz zur Scheinselbständigkeit für die Qualität der Museumspädagogik?  
Wenn wir angemessene Formen der Bezahlung und Beschäftigung selbständiger Kunst- und Kulturvermittler entwickeln, sollten sich auch keine Probleme aus der Gesetzeslage ergeben. Viel problematischer erscheint mir die oft unangemessene Vergütung.
10. Welche Bedeutung haben Ehrenamtliche für die Museumspädagogik? Wie ist das Verhältnis von Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen?  
Zur Qualifikation siehe Punkt 8. Eine Unterstützung durch Ehrenamtliche ist denkbar, wenn entsprechende Strukturen der Betreuung vorhanden sind, sprich ein entsprechendes zahlenmäßiges Verhältnis zu hauptamtlichen Mitarbeitern.
11. Welche Möglichkeiten der Qualifizierung von Museumspädagogen gibt es in Deutschland? Besteht Bedarf an einer Zertifizierung von Museumspädagogik?  
Die Qualifizierungsmöglichkeiten sind beschränkt. Dass adäquate Ausbildungsmöglichkeiten auch zu einem Qualitätssprung in der Entwicklung eines Berufsfeldes führen, hat die Situation in Österreich gezeigt. Die museumspädagogischen Verbände haben Richtlinien und Qualitätskriterien formuliert. Prinzipiell halte ich Qualitätsmanagement und Zertifizierung für richtig, beides spielt allerdings in der gesamten Museumsarbeit noch keine große Rolle.

### C. Sonstiges

1. Wo kann Deutschland vom Ausland lernen? Welche gelungenen Museumspädagogischen Konzepte aus dem Ausland kennen Sie? Welche politischen Maßnahmen im Ausland haben zu einer Stärkung der Museumspädagogik beigetragen?

Aus meiner Sicht können wir hinsichtlich des Stellenwertes, den die Vermittlung in der Museumsarbeit einnimmt viel von den angelsächsischen Kollegen lernen. Hier spielt sicher auch die Vergabepolitik eine Rolle und die stärkere Verschränkung von Kultur-, Bildungs- und Sozialpolitik. Auch in den skandinavischen Ländern gibt es herausragende Konzepte. Das österreichische Bildungsministerium hat in den 90er Jahren eine Studie zu hervorragenden Vermittlungsangeboten in Europa beauftragt, die darüber Auskunft gibt.

2. Welche Forderungen und Wünsche haben Sie an die Politik, speziell an den Bund (und damit an die Enquete-Kommission)?

Vielleicht kann der Bund/ die Politik Impulse geben und dazu beitragen, dass kulturelle Bildung neben der sehr zweckorientierten Berufs/aus/bildung an Bedeutung gewinnt: als ganzheitliche und lebenslange Aufgabe, die lohnt und Freude macht.