

## „Kulturelle Bildung im Museum“

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

- Wie kann das Museum in die Breite wirken und alle sozialen Schichten erreichen? Das Museum muss sich als 'für alle offen' in der Öffentlichkeit präsentieren. Jeder, der sich in unsere Datenbank eintragen lässt, erhält unsere Einladungen und kann zu den Eröffnungen kommen. Dies tun seit 10 Jahren zwischen 1500 und 6000 Menschen pro Ausstellungseröffnung. Kooperationen sind wichtig: Schulen, Hochschulen, große Firmen und Verbände. Die Liste ließe sich endlos fortsetzen.
- Inwiefern ist das Museum besonders gut dazu geeignet, verschiedene Generationen ins Gespräch miteinander zu bringen?  
Das Kunstmuseum hat mit großem Erfolg die Aktion "Alt und jung ins Museum – Take your Granny by the hand" gestartet. Schulkinder unterschiedlicher Stufen besuchen die Ausstellungen mit einem freien Mitarbeiter und Senioren aus einem Seniorenheim zusammen. Hierdurch entstehen wertvolle generationenübergreifende Kontakte und Dialoge.
- Museumspädagogik wird oft ausschließlich mit der Arbeit mit Schülern assoziiert. Welche Praxisbeispiele von Pädagogik für Erwachsene kennen Sie?  
Die Arbeit mit Schulen macht einen wichtigen Teil des Bereiches Pädagogik aus, allerdings gibt es unter dem Punkt 1. (Angebote für Erwachsene) mehrere Beispiele für eine erfolgreiche museumspädagogische Arbeit mit Erwachsenen.
- 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?  
So früh wie möglich anfangen!!! Das Kunstmuseum beginnt bereits mit Führungen für Kinder im Kindergartenalter.
- 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?  
Am Kunstmuseum Wolfsburg wurden in diesem Bereich nur begrenzt Erfahrungen gesammelt. Es werden jedoch spezielle Führungen für die italienische Community in Wolfsburg auf italienisch angeboten und es gibt auch regelmäßige Kooperationen mit der Familienbildungsstätte in Wolfsburg, an welcher viele MigrantInnen ausgebildet werden. Die MigrantInnen wurden auch schon als SpezialistInnen z. B. fürs Nähen in unsere Workshops miteinbezogen.
- Welche Kooperationsmodelle mit Schulen kennen Sie? Wie lassen sie sich forcieren?

- Welchen Einfluss haben neue Medien auf die Museumspädagogik? Wie lassen sie sich integrieren? Wo liegen Chancen und Risiken?  
Wir setzen am Kunstmuseum auf die persönliche Vermittlung oder die Vermittlung über Texte. Das tägliche Leben ist mechanisiert und elektrifiziert genug, daher wurden auch bislang keine Audioguides eingesetzt. Auch das Internet ist immer noch primär ein Informationsmedium und weniger für die konkrete Vermittlung von Ausstellungen geeignet. Ein Versuch am Museum ist das Projekt "coolkidsonline."  
Siehe Punkt 5.7 (Partnerschulen)

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

- 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?  
Viele Museen sind zu verschlafen, bedürfen der speziellen Motivation durch die staatlichen oder die städtischen Stellen, die allerdings auch zumeist in Agonie verharren. Motivation statt Blockade! Freie Mitarbeiter zu beschäftigen ist oft kompliziert, Gelder und Stellen sind nicht in ausreichendem Maße vorhanden. Die staatliche und städtischen Stellen haben zumeist keine Ahnung von der Arbeit in einem Museum und so verstehen sie Erfolge nicht zu würdigen und die Museen nicht optimal als klassische, sinnliche Bildungsstätte zu nutzen.
- 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 Werkverträtler/Zeitverträtler etc.)? Sollten Museumspädagogen in Leitungsebenen eines Museums eingebunden sein?  
Am Kunstmuseum Wolfsburg gehört die Pädagogik (Visuelle Bildung am Museum genannt) zur Abteilung Kommunikation. Sie ist zahlenmäßig ebenso stark wie die Abteilung für Sammlung und Ausstellung besetzt. Die Mitarbeiter werden ebenso bezahlt wie die übrigen Wissenschaftler. Überdies ist die Abteilung von Anfang an in die Ausstellungenkonzeption eingebunden. Die Leitung der Abteilung Kommunikation ist gleichzeitig die Leitung der Visuellen Bildung und Mitglied des vierköpfigen Leitungsgremiums des Hauses.
- 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 ist wichtig, aber jedes Haus muss hier seinen eigenen individuellen Ansatz finden. Die Besucher sind standortabhängig. Man muss durch gemeinsame Tagungen im Museum herausfinden, was man genau möchte und dann Ziele festlegen.
- 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? Nicht realisierbar und gefährlich. Wie soll man die Erfolge in dem Bereich genau evaluieren? Über Besucherzahlen? Ein gefährlicher Ansatz.

- Welche Formen „ausgesorcter“ Museumspädagogik kennen Sie? Keine guten. Die Pädagogen müssen, um eine hohe Qualität des Angebotes zu gewährleisten, so eng wie möglich dem Haus und seinen Inhalten verbunden sein.
- 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?  
Nein.
- 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?  
Der kostenlose Eintritt könnte sich ganz phantastisch auf die Besucherzahlen auswirken, obgleich natürlich eine wichtige Einnahmequelle wegfiel. Ausserdem ging es uns am Kunstmuseum Wolfsburg immer darum, dem Besucher auch zu zeigen, dass der Ausstellungsbesuch mit einer bestimmten Wertigkeit verbunden ist.
- 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?  
Gefährliche Idee! Würde ich an unserem Hause niemals befürworten. Warum überhaupt? Ist die Arbeit in der Pädagogik nicht mehr wert?
- 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?  
Keine qualitativen Konsequenzen.
- Welche Bedeutung haben Ehrenamtliche für die Museumspädagogik? Wie ist das Verhältnis von Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen?  
Nur "feste freie Mitarbeiter" sind am Museum eingesetzt, keine "ehrenamtlichen".
- Welche Möglichkeiten der Qualifizierung von Museumspädagogen gibt es in Deutschland? Besteht Bedarf an einer Zertifizierung von Museumspädagogik?  
Nein, die theoretische Ausbildung ist gut. Der Praxisbezug muss im Studium noch wichtiger werden, ebenso der Einstieg in das Berufsleben durch Volontariate und Hospitationen.
- Welche Veränderungen im Berufsbild des Museumspädagogen lassen sich aus der Perspektive der Fort- und Weiterbildung beschreiben?

Die Museumspädagogen benötigen nicht nur Kenntnisse aus der praktischen künstlerischen Arbeit, sondern vermehrt auch theoretische kunsthistorische und wissenschaftliche Kenntnisse.

### **3. Sonstiges**

- 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?  
Noch in Deutschland im Gegensatz zu vielen anderen Ländern unterentwickelt (USA): der Community Service, Angebote an bestimmte Gruppen in der Stadt.
- Welche Forderungen und Wünsche haben Sie an die Politik, speziell an den Bund (und damit an die Enquete-Kommission)?  
Eine stärkere Einbindung von Fachleuten aus der Praxis in die Entscheidungsfindung der Politik.

## **Visuelle Bildung**

Im folgenden soll anhand der unterschiedlichen Programmpunkte erläutert werden, welche Bereiche durch die Visuelle Bildung am Kunstmuseum abgedeckt werden, welche Rolle die Visuelle Bildung im Rahmen der Gesamtkommunikation spielt.

1. Einbindung im Kommunikationsstrategie
2. Ziele der Visuellen Bildung
3. Maßnahmen

### Informations- und Bildungsprogramme

Die Informations- und Bildungsprogramme ermöglichen eine erste Annäherung an die Gegenwartskunst, jedoch auch eine etwas fundiertere Auseinandersetzung für ein fachlich versierteres Publikum. Wenn möglich, werden auch Referenten von außerhalb zu Vorträgen und Symposien eingeladen, um das Kunstmuseum Wolfsburg auch in eine theoretische Auseinandersetzung mit Gegenwartskunst einzubinden.

Die unterschiedlichen Interessen und Schwerpunkte der Besucher sollen im Programm umfassend berücksichtigt werden. Neben den freien Mitarbeitern beteiligen sich auch die festen Mitarbeiter des Hauses aus der Abteilung Kommunikation und Ausstellungsabteilung an Seminare, Führungen und Symposien.

Das Programm beinhaltet:

1. Angebote für Erwachsene
  - 1.1. Führungen
  - 1.2. Gespräche in der Ausstellung
  - 1.3. Vorträge
  - 1.4. Seminare
  - 1.5. Workshops
  - 1.6. Symposien
  - 1.7. Events
  
2. Angebote für Kinder und Jugendliche
  - 2.1. Kinderaktionen/Workshops/Kurse
  - 2.2. Kindergeburtstage
  - 2.3. coolkidsonline
  - 2.4. Theater
  - 2.5. Lesungen
  - 2.6. Kleinkinder/Kindergärten (m+m)
  - 2.7. Ferienspiele
  - 2.8. Jugendtreff

3. Schule und Museum
  - 3.1. Führungen/Gespräche für Schüler
  - 3.2. Angebote für Grundschulen
  - 3.3. Einführungen für Lehrer
  - 3.4. Lehrerfortbildungen
4. Schriftliche Vermittlung der Ausstellungen
  - 4.1. Materialien für Lehrer
  - 4.2. Film & Video Begleitmaterialien
5. Kooperationen
  - 5.1. HBK Braunschweig
  - 5.2. Städtische Galerie und Historische Museen
  - 5.3. Kinderbibliothek WOB
  - 5.4. Jugendamt WOB
  - 5.5. VW Coaching
  - 5.6. Familienbildungsstätte
  - 5.7. Partnerschulen
6. Die Fotogalerie als Projektraum der Visuellen Bildung
7. Die Programm-Publikation der Visuellen Bildung
8. Die Vermittlung der Ausstellungen in den Ausstellungsräumen

1. Angebote für Erwachsene

- 1.1. Führungen

Bei den Führungen ist zwischen öffentlichen und privaten Führungen zu unterscheiden. Öffentliche Führungen finden ausschließlich am Wochenende statt. Alle drei Termine (samstags 15 Uhr, sonntags 12.30 Uhr und 15 Uhr) werden stets gut angenommen. Führungen, die am ‚Langen Dienstag‘ abends angeboten wurden, erfreuten sich nur mäßiger Beliebtheit und wurden daher wieder eingestellt.

Pro Jahr werden ca. 140 öffentliche und 290 private Führungen (inkl. Eat & Art) durchgeführt. Von 1998 bis heute ist eine leicht positive Entwicklung zu verzeichnen.

## 1.2. Gespräche in der Ausstellung

Die Gespräche in der Ausstellung wurden konzipiert, um dem Besucher eine lebendige Alternative zu herkömmlichen Vorträgen zu schaffen und den Kontakt zum Original zu halten. Zu den Gesprächen werden Gäste eingeladen, die sich besonders gut mit dem Künstler oder der Ausstellungsthematik auskennen. Wurde eine Ausstellung in enger Zusammenarbeit mit einer Partnerinstitution entwickelt, so laden wir einen Vertreter dieser Institution ein. In der Regel finden pro Ausstellung ein bis drei Gespräche statt.

Das Veranstaltungsformat hat sich außerordentlich bewährt. Die Gespräche finden jeweils sonntags um 11.30 Uhr statt, zu jenem Zeitpunkt, an dem früher auch eine öffentliche Führung angesetzt war. Personen befinden sich in jedem Falle im Museum, es wird jedoch auch immer separat über die Medien für die Gespräche besonders geworben. Der Freundeskreis wird über die Gespräche extra informiert. Nach Möglichkeit wird die Veranstaltung auch von einem Pressevertreter begleitet, so dass auch eine Nachberichterstattung gewährleistet ist.

## 1.3. Vorträge

Es hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass Vorträge von den Besuchern nur schwer angenommen werden. Mit teilweise recht großem Aufwand wurden nur mäßige Besucherzahlen an den Abenden erzielt. Es soll dennoch unser Anliegen sein, pro Jahr etwa zwei bis drei reine Vorträge zu organisieren, die sich mit Inhalten befassen, die zwar in Bezug zur Ausstellung stehen, jedoch auch weitergehende Themenkomplexe behandeln. Steht bei den Gesprächen in der Ausstellung die Vermittlung und der Dialog im Vordergrund der Bemühungen, so ist es bei den Vorträgen ein eher akademischer Diskurs. Vorträge sind wichtig für das Profil eines Hauses, Besucherzahlen dürfen bei einer Beurteilung nicht erstes Kriterium sein.

## 1.4. Seminare

Die letzten Jahre zeigen, dass es auch in Wolfsburg ein Publikum gibt, welches sich gerne intensiver und über einen längeren Zeitraum mit kunsthistorischen Fragen auseinandersetzt. Beste Beispiele sind hier der Gesprächskreis oder regelmäßig eingerichtete Kurse, die seit nunmehr sechs Jahren stattfinden. Das Engagement von festen Mitarbeitern kommt gut an und gewährleistet einen hohen Vorbereitungsgrad bei einer Ausstellung. Auch die Seminare werden weiterhin zum Programm der Visuellen Bildung gehören. Eine punktuelle Einbindung von Kuratoren ist wünschenswert und wird angestrebt.

- 1.5. Workshops
- Die Workshops werden in der Abteilung Kommunikation in intensivem Dialog mit den freien Mitarbeitern entwickelt. Deren Vorschläge werden diskutiert, gegebenenfalls modifiziert und ausstellungsspezifisch umgesetzt. Schwerpunkt ist hier eine theoretische Auseinandersetzung, die durch praktische Umsetzungen flankiert wird.
- 1.6. Symposien
- Anknüpfend an die Erfahrungen des Video-Symposiums zur Konservierung und restauratorischen Betreuung hat das Kunstmuseum Wolfsburg auch auf dem Gebiet der Museumspädagogik seine Vorreiterrolle vorgestellt und andere Vertreter von Museum zu einem Gedankenaustausch eingeladen. Das Kunstmuseum hat sich während des Symposiums selbst dargestellt und seine Ideen im Bereich der Vermittlung dargelegt. Der Direktor des Hauses hat in einer Art 'mission statement' seine konzeptionellen Gedanken zur Vermittlung veranschaulichen und aktiver Teilnehmer der Diskussion sein. Die Referenten kamen entweder aus Museen und Institutionen, die sich in besonderer Weise mit der Vermittlung von Gegenwartskunst befassen oder auch aus Bereichen, in welchen man sich mit Wahrnehmung und der Vermittlung von Kunst auf theoretischer Ebene auseinandersetzt. Das Symposium hat im Herbst 2002 unter dem Titel "Educational Complex: Vermittlungsstrategien von Gegenwartskunst" in Wolfsburg stattgefunden.
- 1.7. Events
- Über die Events des Museums soll verstärkt in Wolfsburg und Umgebung für das Museum geworben werden. Viele Besucher der Events gehören nicht notwendigerweise zum traditionellen Museumspublikum, kommen also anlässlich eines Events zum ersten Mal ins Kunstmuseum.
- Die Events beziehen das Bistro mit ein und bieten regelmäßige Programme und Konzerte an. Die Events des Museums dürfen jedoch nicht im Überangebot untergehen. Es sollte darauf geachtet werden, dass in einem Jahr nicht zu viele Parties im Museum gegeben werden, um den Charakter des Besonderen zu erhalten.

## 2. Angebote für Kinder und Jugendliche

### 2.1. Kinderaktionen/

#### Workshops/Kurse

Workshops und Kurse wie zum Beispiel die Museumszeitung ‚Der kleine Wal‘, Workshops zu Medien wie Film und Video finden regelmäßig statt. Kurse wie zum Beispiel ‚Malzeit‘ gehören zu den beliebten und wiederkehrenden Angeboten. Konzeption und Durchführung dieser Aktivitäten obliegt in der Regel den freien Mitarbeitern nach vorheriger Abstimmung mit UL. Die Themen der Workshops sind ausstellungsbezogen und variieren demzufolge.

### 2.2. Kindergeburtstage

In Zusammenarbeit mit dem Bistro Walino finden im Kunstmuseum pro Jahr etwa 12 Kindergeburtstage statt. Immer werden museumspädagogische Aktivitäten mit Essen und Trinken kombiniert. Austragungsort für letzteres ist die Fotogalerie. Es muss überlegt werden, ob man hierfür die Werbeaktivitäten nicht verstärken kann. Momentan wird der Kindergeburtstag durch den Bistroteller und das Programm der Visuellen Bildung beworben. Besondere Formen der Werbung müssen angedacht und umgesetzt werden.

### 2.3. coolkidsonline

Kinder sind mit dem Medium Internet schon sehr vertraut. Nach einer ausführlichen Recherche zur Marktsituation startet das KMW die erste Museumswebsite weltweit, die von Kindern für Kinder realisiert wird. Die Site verfügt über ein eigenes graphisches Erscheinungsbild, ist jedoch von der Homepage des KMW aus erreichbar. Das Projekt sollte auch überregional von den Medien interessiert aufgenommen werden. Wie schon mit der Kinderzeitung geht das Museum hier beispielhafte Wege einer langfristigen Vermittlungsarbeit.

### 2.4. Theater

Schon wiederholt waren Theatergruppen im KMW zu Gast. Die Veranstaltungen dieser Art sind sehr beliebt, immer ausverkauft und werden Bestandteil der Vermittlung des Hauses bleiben.

### 2.5. Lesungen

Lesungen stellen eine wichtige Komponente der Vermittlung dar. Sie inspirieren Kinder zu eigenem Schreiben und können sich assoziativ an Inhalte der Ausstellungen anschließen. Die Lesungen gehören seit längerer Zeit zu den erfolgreichen Schul- und Freizeitveranstaltungen der Visuellen Bildung, da sie meistens in einer Kombination von Ausstellungsbesuch und Lesung angeboten werden.

## 2.6. Kleinkinder/

### Kindergärten

Auch die Allerkleinsten werden im KMW durch Schnupperführungen mit Kreativteil angesprochen und betreut. Ein sehr erfolgreiches Angebot sind die Kombinationen aus einer Kinderlesung und einem Blick in die Ausstellungen. Idealerweise kommen diese Kinder dann mit ihren Eltern wieder und das KMW setzt seine Betreuung die Schulzeit hindurch fort.

## 2.7. Ferienspiele

Gemeinsam mit den Museen der Stadt wird regelmäßig ein Programm für die Herbstferien entwickelt, eine Kooperation, die 1995 ins Leben gerufen wurde. Die Ferienspiele finden zu einem gemeinsamen Thema in allen beteiligten Institutionen statt.

35 Kinder haben die Gelegenheit, drei Museen zu erleben und an drei verschiedenen Orten an drei Aktionen teilzunehmen.

## 2.8. Jugendtreff

Über einige Zeit hinweg bestand am KMW ein Jugendtreff, der sich allerdings nicht dauerhaft etablieren ließ. Das Interesse der Jugendlichen liegt in der Pubertät nicht notwendigerweise bei der Kunst. Eine regelmäßige Teilnahme war nur unter aufwendiger Ansprache und großem personellem Aufwand möglich. Da es sich jedoch um eine äußerst wichtige Zielgruppe handelt, werden die Aktivitäten in diesem Bereich weitergeführt.

## 3. Schule und Museum

Das Programm Schule und Museum, mit jährlich etwa 260 Veranstaltungen, umfasst die folgenden Angebote:

### 3.1. Führungen/ Gespräche für Schüler

(Klassen 5 bis 13): In Abstimmung mit den jeweiligen Klassenlehrern werden für jede Klasse individuell die Bedürfnisse und Interessenschwerpunkte zu den Ausstellungen ermittelt.

### 3.2. Angebote für Grundschulen

Für die Grundschulen ist ein spezielles Programm für ‚Minis‘ entwickelt worden, das als Kennenlernprogramm konzipiert ist und durch spielerische Herangehensweise die Kinder mit einer Ausstellung im Museum vertraut macht.

Ganz besonders beliebt sind hier Angebote, die eine Lesung und einen Besuch in der Ausstellung kombinieren. In Zusammenarbeit mit der Kinderbibliothek oder der Bibliothekarin des KMW finden ausstellungsspezifisch oder thematisch orientierte Lesungen statt.

### 3.3. Einführungen für Lehrer

Eine wichtige Rolle spielen die kurz nach den Ausstellungseröffnungen angebotenen Lehrerführungen. Auf selbige wird in der Tagespresse sowie durch ein direct mailing an Schulen und Lehrer hingewiesen. Nicht nur die Ausstellungsinhalte werden in dieser Führung vermittelt, sondern auch mögliche Anknüpfungspunkte für das Arbeiten mit und in den Schulklassen. Je nach Ausstellung finden bis zu zwei Lehrerführungen statt.

### 3.4. Lehrerfortbildungen

Das KMW ist Partnerorganisation der Bundesakademie Wolfenbüttel und regelmäßig Ort für Fortbildungen, an welchen Mitarbeiter des KMW aktiv teilhaben.

In Kooperation mit dem Institut für regionale Lehrerfortbildung, der Bezirksregierung und dem niedersächsischen Lehrerfortbildungsinstitut finden in Kooperation mit Lehrern diverse Fortbildungen statt.

## 4. Schriftliche Vermittlung der Ausstellungen

### 4.1. Materialien für Lehrer

Zu den Ausstellungen werden für die Lehrer Mappen mit Informationsmaterialien zum Künstler oder dem Ausstellungsthema allgemein zusammengestellt.

### 4.2. Film & Video Begleitmaterialien

Je nach Ausstellung wird auf der Lesegalerie oder in der Fotogalerie Film- und Videomaterial bereitgestellt, welches besondere Aspekte einer Ausstellung beleuchtet und illustriert. Ein Ausbau dieser Vermittlungsform ist wünschenswert.

## 5. Kooperationen

Kooperationen sind wesentlich für die Vernetzung und damit für den Erfolg der Vermittlungsarbeit. Folgende Partnerschaften bestehen und werden kontinuierlich ausgebaut:

- 5.1. HBK Braunschweig In Zusammenarbeit mit der Stelle für Öffentlichkeitsarbeit sowie mit einer Reihe von Professoren werden gemeinsame Veranstaltungen in der HBK oder im KMW organisiert. Diese umfassen Vorträge, Meet-The-Artist Programme, Diskussionen und Filmabende.
- 5.2. Städtische Galerie und Historische Museen Mit der Städtischen Galerie und den Historischen Museen der Stadt werden z.B. die Ferienspiele durchgeführt. Darüber hinaus gibt es immer wieder gemeinsame Aktivitäten wie ‚Lange Museumsnächte‘ und gemeinsame Workshops.
- 5.3. Kinderbibliothek WOB Mit der Kinderbibliothek werden Lesungen organisiert und überdies ist das KMW immer wieder Veranstaltungsort im Rahmen der Kinder- und Jugendbuchwoche.
- 5.4. Jugendamt WOB Die Zusammenarbeit mit den Jugendwerkstätten findet auf unterschiedlichen Ebenen statt: Die Jugendwerkstätten der Stadt bieten Jugendlichen ohne Lehrstelle berufsvorbereitende Maßnahmen an. Das Interesse an Berufspraktika ist in diesem Zusammenhang sehr groß. In verschiedenen Projekten schon konnten mit verschiedenen Werkstätten Projekte realisiert werden.
- Die Malgruppe des Kreativspielplatzes in Westhagen hat das Museum fest in sein Programm aufgenommen. In den Herbst- und Wintermonaten kommt diese Gruppe regelmäßig ins Haus.
- 5.5. VW Coaching In Zusammenarbeit mit VW Coaching bekommen Auszubildende verschiedener Berufe regelmäßig die Möglichkeit, in einem außerbetrieblichen Praktikum im Kunstmuseum Wolfsburg im Bereich der Technik mitzuarbeiten. Auch im Zusammenhang mit diversen Projekten der Visuellen Bildung in den Fotogalerien konnten Auszubildende eingebunden werden.
- 5.6. Familienbildungsstätte In nächster Nachbarschaft zum Kunstmuseum befindet sich die ev. Familienbildungsstätte, die ein breites engagiertes Programm für Wolfsburger Familien unterhält. Für die Mitarbeiter und Kursleiter(innen) finden im Kunstmuseum Fortbildungen statt. Erstmals konnte in diesem Jahr auch ein gemeinsames Familienprogramm für drei Wochenenden erfolgreich durchgeführt werden.
- 5.7. Partnerschulen Es ist schon seit längerer Zeit unser Wunsch, mit diversen Schulen in eine engere Zusammenarbeit zu treten. Mit einer neuen Initiative, die durch die Bezirksregierung und durch das Pädagogische Zentrum Wolfsburg initiiert wurde, entstand eine Gruppe mit Vertretern aus Schulen, Wirtschaft und Kultur. Ziel ist eine intensivere Zusammenarbeit auf unterschiedlichen Ebenen. Die beteiligten Schulen sind: Deutsch-Italienische

Gesamtschule, Laagbergschule (Grundschule) und Realschule Kreuzheide. Projektiert werden regelmäßige und wiederholte Museumsbesuche unterschiedlicher Klassen und Kurse dieser Schulen. Intensiver als bei den regulären Schülerführungen sollen hier gemeinsame Programme entstehen. Zwei Wolfsburger Schulen haben mit dem Museum Kooperationsverträge geschlossen und haben einen Teil des Unterrichts in das Kunstmuseum verlagert.

## 6. Die Fotogalerie als Projektraum der Visuellen Bildung

Als vorbildlich ist die zeitweise Nutzung der Fotogalerie für die Zwecke der Visuellen Bildung einzustufen. Begleitend zu den Hauptausstellungen eines Jahres wird aus der Fotogalerie ein Projektraum, der Platz für die unterschiedlichen Aktivitäten der Vermittlung bietet. Seminare und Workshops finden dort ebenso statt wie der Gesprächskreis und der InnerCircle. Neben der Ausstellung entsteht so ein Laboratorium, dessen Ausgestaltung auch Inhalt eigener Berichterstattung ist. Das Interesse bei Fernsehanstalten ist groß und derartige Projekte müssen regelmäßig umgesetzt werden, um die Vorreiterrolle des KMW im Bereich der Vermittlung zeitgenössischer Kunst weiter auszubauen.

## 7. Die Programm-Publikation der Visuellen Bildung

Etwa drei bis vier mal pro Jahr erscheint ein Programm der Aktivitäten des KMW. Das Programm gibt kurze Informationen zu den Ausstellungen, zu allen vorgenannten Aktivitäten sowie zu Shop und Bistro. Das Erscheinungsbild des Programms wandelt sich mit den Ausstellungen und verleiht so der Visualisierung der Aktivitäten des Hauses ein individuelles Bild.

## 8. Die Vermittlung der Ausstellungen in den Ausstellungsräumen

Nach Möglichkeit erhalten die Besucher in den Ausstellungsräumen durch Wandtexte oder Mitnahmeblätter die Möglichkeit, sich über die ausgestellten Werke und den Künstler zu informieren. Die Entscheidung über eine Anbringung von Texten wird in Abstimmung mit der Ausstellungsabteilung getroffen. Die Anbringung der Texte wird jeweils auf die Ausstellungsarchitektur abgestimmt.