

Museum und Kulturelle Bildung

von **Hannelore Kunz-Ott**

Erscheinungsjahr: 2013 / 2012

Stichwörter:

**Ausbildung | Besucherorientierung | Kompetenz | KulturvermittlerInnen | Lebenslanges Lernen |
Museumspädagogik | Qualitätssicherung**

Die Institution Museum hat sich im Laufe der Zeit ständig gewandelt: von der fürstlichen Wunderkammer, über den Musentempel, zur Bildungseinrichtung und schließlich zum Freizeit- und Erlebnisort. Gleichzeitig haben sich auch die Aufgaben wesentlich geändert. Seit einigen Jahren kommt der Besucherorientierung sowie dem Vermitteln und Bilden eine immer größer werdende Bedeutung zu, neben jenen Tätigkeiten, die vom Publikum selten wahrgenommen werden: dem Sammeln, Bewahren sowie dem Erforschen und Ausstellen der Objekte. Mit ihren vielfältigen originalen Sammlungsbeständen, mit Objekten aus Natur und Wissenschaft, aus Technik, Geschichte, Kunst und Kultur stellen Museen einen umfangreichen Kosmos dar und bieten sich in besonderer Weise als Orte Kultureller Bildung an (siehe [Matthias Henkel „Museen als Orte Kultureller Bildung“](#)).

In Deutschland verzeichnen wir im Jahr 2011 über 6.100 Museen, und die Zahl der Häuser wird jährlich mehr. Die großen Publikumsmagneten, die Kunstmuseen, bilden mit ca. 10 % nur einen kleinen Teil, das Gros bilden die kleineren und mittelgroßen Volkskunde- und heimatkundlichen Sammlungen. Etwa die Hälfte der Museen wird von einer hauptamtlichen Fachkraft geleitet, die andere Hälfte, meist die kleineren heimatkundlichen Sammlungen, von ehrenamtlich Engagierten betreut (Institut für Museumsforschung 2008:15). Diese facettenreiche Museumslandschaft mit ihren Technik- und naturwissenschaftlichen Museen, den Freilicht- und Industriemuseen sowie den Geschichts- und Kulturgeschichtlichen Sammlungen bieten einen unerschöpflichen Fundus an Bildungsinhalten für jedermann, ein immenses Potential, das es für Jung und Alt zu nutzen gilt.

Museum - ein besonderer Lernort

Bildung und Vermittlung gehören heute nach der Definition des *Internationalen Museumsrates ICOM* zu den grundlegenden Aufgaben von Museen, die ihre bildungspolitische Funktion weiterentwickeln und ein immer breiteres Publikum aus der Gesellschaft, für die sie eingerichtet sind, anziehen sollen (ICOM 2010:19). Die unmittelbare Begegnung mit originalen Zeugnissen aus vergangenen Jahrhunderten oder fremden Kulturen

zeichnet die Kulturinstitution Museum in Zeiten, wo virtuelle Dinge und massenhafte Reproduktionen den Alltag prägen, als besonderen Lernort aus. Die Authentizität des originalen Kunstwerks oder das authentische historische Gerät erleichtern und fördern das Verstehen und Begreifen und damit das Lernen. Diese besondere Rolle des Museums hebt auch die *Enquete-Kommission* „Kultur in Deutschland“ in ihrem Schlussbericht hervor: „Das Museum ist wahrscheinlich – wie kaum eine andere Kultureinrichtung – ein besonders wirkungsvolles Umfeld für informelles, ganzheitliches und individuelles Lernen, ein Lernumfeld, das die Sinne anspricht und die Verbindung von begrifflichem und bildlich-symbolischem Denken fördert“ (Deutscher Bundestag 2007:391).

Neben den originalen Exponaten unterstützt der Museumsraum selbst die kognitive wie sinnliche Auseinandersetzung mit Themen und Inhalten. Museums- und Ausstellungsarchitektur bilden ein besonderes Umfeld, in dem sich die Objekte in wechselndem Kontext immer wieder neu erschließen. Im Museum ist somit ein besonderer Freiraum gegeben für inspirierende Begegnungen mit Exponaten, um mit ihnen in einen Dialog zu treten, aber auch um Diskussionen der BesucherInnen untereinander zu ermöglichen.

Wenn im Folgenden von „Bildung im Museum“ gesprochen wird, ist darunter nicht nur „Belehrung“ oder „Wissensvermittlung“ zu verstehen, vielmehr ist damit nach Wilhelm von Humboldt die Selbständigkeit oder nach Hartmut von Hentig das „Sich-Bilden der Persönlichkeit“ beinhaltet. Unter „Bildung im Museum“ ist daraus folgend eine intensive, sowohl kognitive wie sinnliche Auseinandersetzung mit den Sammlungsbeständen zu verstehen. Bildungsprozesse im Museum wirken nachhaltig und fördern kognitive Fähigkeiten und Fertigkeiten, um Probleme in unterschiedlichsten Situationen lösen zu können. Die ganzheitlichen und sinnlichen Erfahrungen unterstützen Lernprozesse und motivieren dabei den Lernenden. Im Museum können daher Sach- und Methodenkompetenz, interkulturelle und Sozialkompetenz sowie personale Kompetenz, Medien- und Präsentationskompetenz in besonderer Weise gefördert werden.

Die Rolle der Museumspädagogik

Der Besuch eines Museums oder einer Ausstellung kann solche Bildungsprozesse initiieren. Dieser kulturelle Schatz erschließt sich aber nicht von selbst. Um die kulturelle Teilhabe allen Menschen zu ermöglichen, ist methodisches Handwerkszeug notwendig. Für die Bildungsangebote eines Museums ist ein eigens dafür verantwortliches Personal zuständig: museumsintern, in zentralen Diensten organisiert oder museumsextern, hauptamtlich oder ehrenamtlich tätig, traditionell als MuseumspädagogInnen bezeichnet. Da dieser Begriff häufig missverstanden und ausschließlich mit der Zielgruppe der SchülerInnen verbunden wird, haben sich die Österreichischen und Schweizer MuseumskollegInnen inzwischen in KulturvermittlerInnen umbenannt. In Deutschland diskutiert man immer wieder über die Berufsbezeichnung und variiert zwischen MuseumspädagogInnen, ReferentInnen für Bildung und Kommunikation oder Fachkraft für Vermittlung.

Ein kurzer historischer Überblick über die Entwicklung der Museumspädagogik in Deutschland soll den Wandel dieses Aufgabenfelds veranschaulichen. Alfred Lichtwark (1852-1914), Direktor der *Hamburger Kunsthalle*, verstand als einer der ersten das Museum als Stätte der Volksbildung. Wegweisend in der Geschichte der Museumspädagogik wurde sein Grundsatzreferat 1903 in Mannheim über die Bildungsaufgabe des Museums.

Die Prinzipien der Anschauung, des Exemplarischen und der Interaktion in einem Museum gehen auf Georg Kerschensteiner (1854-1932) zurück. Der Gymnasiallehrer, Stadtschulrat in München, wurde von Oskar von Miller, dem Gründer des *Deutschen Museums*, in die Konzeptionsphase des Museums miteinbezogen. Es ist Kerschensteiners Verdienst, das *Münchner Museum* unter didaktischen Gesichtspunkten wesentlich mitgestaltet zu haben. Sein Ansatz einer besucherorientierten Vermittlungsarbeit mit zahlreichen (Funktions-)Modellen kann als wegweisend für die moderne Museumspädagogik gelten.

Schließlich darf Adolf Reichwein (1898-1944) nicht fehlen, der in den Jahren 1939 bis 1944 die Abteilung „Schule und Museum“ am *Museum für Volkskunde* in Berlin leitete. Aus der Reformpädagogik kommend, verstand er das Museum als wichtiges Mittel zur Erziehung – besonders im Werkunterricht. Er führte die Berufsbezeichnung „Museumspädagoge“ ein.

Eine wichtige Phase waren aber auch die 1960er Jahre, als in Westdeutschland die öffentliche Diskussion zum Thema „Bildung für alle“ stattfand und sich die Museen zwischen den beiden Polen „Lernort“ und „Musentempel“ positionierten. Die *Kultusministerkonferenz* richtete sich 1963 und 1969 an die Museen mit dem Aufruf, der Bildungsarbeit größere Aufmerksamkeit zu widmen. In Ostdeutschland, wo 1963 der *Wissenschaftliche Rat des Ministeriums für Volksbildung* der DDR eine Arbeitsgemeinschaft „Schule und Museum“ initiierte, gab es eine ähnliche Entwicklung.

All diese Bildungsinitiativen richteten sich vor allem an die Schulen. Als Reaktion entstanden die großen Museumspädagogischen Zentren: 1961 der *Museumsdienst Berlin* als Außenamt der Museen gegründet ebenso wie 1965 der spätere *Museumsdienst Köln*, 1969 in Nürnberg das *Kunstpädagogische Zentrum am Germanischen Nationalmuseum (KPZ)* und schließlich 1973 das *Museumspädagogische Zentrum München (MPZ)*. Diese zentralen Dienste hatten die Aufgabe, in ihren Städten mehrere Museen mit Vermittlungsangeboten speziell für Schulklassen zu versorgen. Inzwischen haben sie ihre Arbeitsfelder ausgebaut, bieten Fortbildungen an (Kulturprojekte in Berlin), beraten in museumsfachlichen Fragen (z.B. *KPZ*), erweitern ihre Zielgruppen (z.B. Kindergärten *MPZ*) oder haben eine ausdifferenzierte Museumsschule mit vielfältigen Angeboten für die unterschiedlichen Schularten, Jahrgangsstufen, Museumstypen, Sachthemen und Zielgruppen (*Museumsdienst Köln*).

MuseumspädagogInnen organisieren sich

Ende der 1970er Jahre beginnen die MuseumspädagogInnen sich verbandsmäßig zu organisieren, 1978 gründete sich die deutschsprachige Gruppe des *ICOM Komitees CECA (Committee for Education and Cultural Action)*. Aus dieser Initiative entwickelte sich 1991 in Deutschland der *Bundesverband Museumspädagogik (BVMP)* für festangestellte und freiberufliche MuseumspädagogInnen. Strukturiert ist der ehrenamtlich tätige Verband in sieben Landesverbänden mit ca. 800 Mitgliedern (Stand 2011).

Der *BVMP* gibt die einzige deutschsprachige Fachzeitschrift für museale Vermittlungsthemen heraus, „Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell“, organisiert regelmäßige Tagungen und Fortbildungen, initiiert Modellprojekte und bietet in Kooperation mit der *Bundesakademie für kulturelle Bildung* in Wolfenbüttel seit 1994 berufsbegleitende Weiterqualifizierungsprogramme an. Neben der Aus- und Weiterbildung ist die Förderung der Museumspädagogik innerhalb der Museumslandschaft ein wichtiges Ziel des Verbands. 2009 stellte er daher in Kooperation mit dem *Deutschen Museumsbund*, mit den Österreichischen und Schweizer Fachverbänden eine Beschreibung von Qualitätskriterien für die Bildungs-

und Vermittlungsarbeit in Museen zusammen. Erstmals wurden hier Standards zu den grundlegenden Bereichen von Vermittlungsinhalten, Zielgruppen und Methoden der Vermittlung, zu Qualifikation des Personals, zu notwendigen Partnern und Rahmenbedingungen definiert und beschrieben (Qualitätskriterien 2009). Dieser Leitfaden spiegelt den Stand der Bildungsarbeit Anfang des 21. Jhs. an deutschen Museen wider und will zugleich den MuseumspädagogInnen Anregungen für ihren Berufsalltag geben sowie den politisch Verantwortlichen und Museumsdirektionen zeigen, welche Aufgabengebiete Bildung und Vermittlung im Museum umfassen.

Tätigkeitsfelder der Vermittlungsarbeit

Im Laufe der Jahre haben sich diese Tätigkeitsfelder gewandelt und unter dem Aspekt der Besucherorientierung ausgeweitet. Vermittlung und Bildung ist eine Aufgabe für alle im Museum Tätigen. Sie greift konzeptionell und praktisch in alle Bereiche des Museums hinein. Das beginnt bei der Mitarbeit bei Ausstellungskonzeption und -präsentation (besucherfreundliche interaktive Stationen oder Kinderpfade usw.) sowie bei Ausstellungstexten (z.B. Kriterien der Verständlichkeit). Es führt weiter zur Konzeption und Durchführung vielfältiger begleitender Vermittlungsformen (z.B. Führungen in Deutsch und Fremdsprachen, Cicerones, Kurse, Seminare, Workshops, Vorträge, Kindergeburtstage, Ferienprogramme, Museumstheater, Vorführungen oder Aktionsprogramme; siehe hierzu die Liste des Institut für Museumsforschung 2008:52). Seit den 1990er Jahren wächst die Mitwirkung bei Events und öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen (Edutainment), z.B. Lange Nacht der Museen, Internationaler Museumstag oder Museumsfeste (siehe [Michaela Pfadenhauer „Erlebnis - Ereignis - Event“](#)).

Ebenso wie die personalen Vermittlungsformen erweitert sich die Palette medialer Begleitangebote, z.B. Aktiv- oder Arbeitsblätter, Suchspiele, Detektivspiele, Computerstationen oder Internetangebote. Ein großes Aufgabengebiet stellen mehr und mehr die elektronischen Medien dar, angefangen von Audioguides über Computerstationen bis hin zum Einsatz von sogenannten Social Media. Hier stehen wir noch am Beginn einer Entwicklung, deren Ausmaß auch für Museen noch nicht abzuschätzen ist. Erste positive Erfahrungen zeigen, welch großes Potential in einer „digitalen Museumspädagogik“ steckt. Bildungsangebote im Internet, wie LeMO (Lebendiges virtuelles Museum Online, ein multimediales Informationssystem zur deutschen Geschichte des 20. Jh.s, entwickelt und betrieben vom *Deutschen Historischen Museum Berlin* und dem *Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland*) oder Weimarpedia (eine von SchülerInnen zu gestaltende Homepage mit Texten, Hörspielen, Fotoserien usw. betreut von der *Klassik Stiftung Weimar*) ergänzen die Programme der Museen vor Ort. Hier sind zusätzliche und vernetzte Informationen verfügbar sowie selbstgesteuertes und mobiles Lernen jederzeit möglich. Mit Hilfe von Kommunikation und Interaktion verändern sich Museen zu offenen Bildungseinrichtungen, wo Besucherorientierung und Partizipation des Publikums in besonderer Weise realisierbar wäre. Während z.B. englische Museen unter dem Leitgedanken des lebenslangen Lernens mit Web 2.0-Anwendungen dem Publikum eine aktive und kreative Rolle ermöglichen, stecken deutsche Museen in dieser Hinsicht noch in den Anfängen (Standbein Spielbein 2010).

Erschließung und Differenzierung von Zielgruppen

Die bunte Vielfalt der Bildungsangebote hängt mit der Ausdifferenzierung der Zielgruppen zusammen. Die Unterscheidung nach Alter, Geschlecht, Herkunft, Beeinträchtigung, Bildung, sozialer Schicht, Interesse usw. hat konkrete Auswirkungen auf die methodische Umsetzung der Bildungsprogramme, denn das Ziel ist

die kulturelle Teilhabe für alle Bevölkerungs- und Bildungsschichten.

Das beginnt bei speziellen Angeboten für 3- bis 5-Jährige, in denen experimentelles Forschen, ästhetisches Gestalten und handlungsorientierte Methoden dominieren. Mehr als 70 Methodenvorschläge aus dem Modellprojekt „Museen und Kindergärten“ des *BVMP* belegen, wie umfassend Museumsbesuche gerade auch Kleinkinder fördern können.

Seit den Anfängen der Museumspädagogik war die Zusammenarbeit mit Schulen für Museen wichtiger Bestandteil ihrer Bildungsarbeit. Anstelle von zufälligen Einzelbesuchen setzt man heute mehr und mehr auf langfristige Kooperationen und nachhaltige Projektarbeit, insbesondere im Rahmen der offenen und gebundenen Ganztagsschule. Museumspädagogik kann gegenüber dem Schulunterricht in der Regel offener, ganzheitlicher und fächerübergreifend arbeiten, ist partizipatorischer angelegt mit handlungsorientierten und interaktiven Elementen. Immer häufiger tritt der Museumspädagoge als Informationsgeber zurück und schlüpft in die Rolle eines Moderators, der die SchülerInnen die Themen im Museum selber erarbeiten lässt. Zahlreiche Datenbanken geben Einblick in gelungene Formen der schulischen Projektarbeit mit Museen (z.B. www.museum-bildet.de).

Unter dem Stichwort „Lebenslanges Lernen“ wenden sich Museen mit ihren Bildungsprogrammen an Erwachsene, insbesondere auch an SeniorInnen. So differenziert man Kinder und Jugendliche anspricht, so einseitig werden SeniorInnen im Museum bedient. Neben aktiven Kulturinteressierten, Reiselustigen und rüstigen RentnerInnen umfasst die Gruppe aber auch Hochbetagte und nicht mehr so mobile Personen. Dann geht das Museum auch schon mal nach „draußen“, z.B. mit einem mobilen Museumskoffer oder geeigneten anschaulichen und konservatorisch unbedenklichen Objekten. Der demografische Wandel in unserer Gesellschaft wird diese Zielgruppe künftig stärker in das Blickfeld der Bildungsarbeit stellen (Gajek 2010) (siehe [Karl Ermert „Demografischer Wandel und Kulturelle Bildung in Deutschland“](#)).

Zielgruppenspezifische Bildungsangebote für unsere multikulturelle Gesellschaft stellen Museen ebenfalls vor neue Herausforderungen. Wie kann die Realität einer Zuwanderungsgesellschaft in ihren Sammlungen, in Ausstellungen und in der Vermittlung anschaulich dargestellt werden und vor allem, wie kann man Menschen mit Migrationshintergrund eine stärkere Teilhabe am Museum ermöglichen? In einem Memorandum aus dem Jahre 2010 formuliert der Arbeitskreis Migration des *Deutschen Museumsbundes* zehn Aufgabenfelder zur Förderung des Austausches und der Zusammenarbeit mit dieser Zielgruppe (verfügbar unter www.museumsbund.de).

Personalsituation im Bildungsbereich der Museen

Mit der wachsenden Bedeutung der Bildungsaufgaben im Museum, den erweiterten Tätigkeitsfeldern und der differenzierteren Zielgruppenarbeit geht eine deutliche Zunahme an Museumspersonal in der Vermittlung und Bildung einher. Insgesamt arbeiten ca. 20.000 Menschen in deutschen Museen in der Vermittlung. Trotz dieser großen Zahl überrascht es, dass nur etwa 5 % der Museen hauptamtliche MuseumspädagogInnen beschäftigen, fast die Hälfte davon sind halbtags tätig. 34 % der Museen in Deutschland arbeiten mit Honorarkräften, die Mehrheit im Bildungssektor, 47 %, sind ehren- oder nebenamtlich tätig (Institut für Museumsforschung 2008:45). Im Vergleich zu den letzten zwanzig Jahren ist eine deutliche Professionalisierung in der deutschen Museumslandschaft im Bereich der Vermittlung zu konstatieren, bei einer Größenordnung von über 106.820.000 Museumsbesuchen, die zuletzt im Jahr 2009

gezählt wurden (Institut für Museumsforschung 2010:7).

Die ständig wachsenden Aufgaben sind personalintensiv. Für die Bewältigung der neuen Aufgaben bedarf es qualifizierter Fachkräfte, gerade im Bildungssektor. Bis heute aber gibt es in Deutschland keine geregelte Ausbildung zum Museumspädagogen oder Kulturvermittler. Allein die Kunstpädagogik ist seit langem als Studiengang etabliert. In den museologischen Studiengängen der Fachhochschulen und Universitäten spielt Museumspädagogik noch eine untergeordnete Rolle. Derzeit kommen KuratorInnen für Bildung und Vermittlung in den Museen zur einen Hälfte aus dem Fachbereich Pädagogik zum anderen aus den jeweiligen Fachgebieten der Museen (z.B. Archäologie, Kunstgeschichte, Geschichte). Kompetenzen aus dem jeweils anderen Bereich werden durch berufsbegleitende Weiterbildungen angeeignet. Die bestehenden und bewährten Weiterbildungsangebote reichen nicht aus, daher wird der Ruf nach einem universitären Studiengang immer lauter.

Neue Herausforderungen

Neben den bereits erwähnten Themen wie digitale Medien, interkulturelle Zusammenarbeit, Seniorenprogramme und Ausbildung ist die Qualitätssicherung in der Vermittlung eine zentrale zukünftige Aufgabe für die Museen. Dazu fehlen einerseits die notwendigen Besucherforschungen und Evaluationen der Bildungsangebote. Es fehlen aber auch Untersuchungen aus der Wirkungsforschung über die Bildungsprozesse während eines Besuchs bzw. während der Teilnahme an museumspädagogischen Veranstaltungen.

Ausreichende personelle und finanzielle Strukturen im Bildungssektor fehlen in deutschen Museen, was unter anderem auf die geringe Zahl von 5 % hauseigener MuseumspädagogInnen zurückzuführen ist. Noch zu viele Museen können keine professionelle Bildungsarbeit in Ausstellungen anbieten, hier liegt ein großes Potential brach. Ein Vermittlungskonzept mit einer Zielgruppenanalyse, einer Bestandsaufnahme möglicher Bildungspartner vor Ort ist grundlegende Voraussetzung für erfolgreiche Vermittlungsarbeit. Eine Vernetzung mit anderen regionalen Kultureinrichtungen sowie mit anderen Bildungspartnern wäre zum Nutzen der Kulturellen Bildung für Jung und Alt. Museen können hierbei einen wichtigen Beitrag leisten.

Verwendete Literatur

- Commandeur, Beatrix/Dennert, Dorothee (2004):** Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen. Bielefeld: transcript.
- Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2007):** Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Drucksache 16/7000. Berlin.
- Deutscher Museumsbund (ohne Jahr):** www.museumsbund.de
- Deutscher Museumsbund et al. (Hrsg.) (2008):** Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Berlin.
- Deutscher Museumsbund: KulturGut vermitteln – Museum bildet! (ohne Jahr):** www.museumbildet.de
- Fast, Kirsten (Hrsg.) (1995):** Handbuch museumspädagogischer Ansätze. Opladen: Leske + Budrich.
- Gajek, Esther (2010):** Seniorenprogramme an Museen. Eine ethnographische Annäherung an die Diversität der Erfahrungen der Teilnehmer. Dissertation Universität Regensburg.
- Gibbs, Kirsten et al. (Hrsg.) (2007):** Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch. (erweiterte deutsche Ausgabe der Originalversion). Ferrara: Edisai S.R.L.
- Internationaler Museumsrat (ICOM) - ICOM Schweiz/ICOM Deutschland/ICOM Österreich (Hrsg.) (2010):** Ethische Richtlinien für Museen von ICOM (überarb. 2. Auflage der deutschen Version). Graz: ICOM Schweiz.
- Institut für Museumsforschung (Hrsg.) (2010):** Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2009 (Materialien aus dem Institut für Museumsforschung, Heft 64). Berlin.

Institut für Museumsforschung (Hrsg.) (2008): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2007 (Materialien aus dem Institut für Museumsforschung, Heft 62). Berlin.

John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hrsg.) (2007): Museen neu denken: Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld: transcript.

Kindler, Gabriele/Liebelt, Udo (2001): Museumspädagogik im Konzert der Museumsarbeit. In: Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen (Hrsg.): Im Dialog. Museumspädagogik für alle Besucher. Tagungsdokumentation des 11. Bayerischen Museumstags (19-29). München: Lipp GmbH.

Kunz-Ott, Hannelore (Hrsg.) (2005): Museum und Schule: Wege zu einer erfolgreichen Partnerschaft. München: Deutscher Kunstverlag.

Kunz-Ott, Hannelore/Kudorfer, Susanne/Weber, Traudel (Hrsg.) (2009): Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse, Vermittlungsformen, Praxisbeispiele. Dokumentation der Fachtagung „Bildung – Was sonst?! Aneignungsprozesse und Vermittlungsformen in Museen“. Veranstaltet vom Bundesverband Museumspädagogik e. V. in Kooperation mit dem Deutschen Museum, 6. bis 8. November 2008 in München. Bielefeld: transcript.

Kuntz, Andreas (1980): Das Museum als Volksbildungsstätte. Marburg: Jonas.

Noschka-Roos, Annette/Hagedorn-Saupe, Monika (2009): Klar Schiff! Museumspädagogik im Aufwind! In: Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell: Vom Projekt zur Professionalisierung – Geschichte der Museumspädagogik. Nr. 83, 10-13.

Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell (2010): Museumspädagogik im Internet – Dokumentation, Kommunikation, Marketing. Nr. 88.

Vieregg, Hildegard (1991): Vorgeschichte der Museumspädagogik. Dargestellt an der Museumsentwicklung in den Städten Berlin, Dresden, München und Hamburg bis zum Beginn der Weimarer Republik. Münster/Hamburg: LIT Verlag.

Wagner, Ernst/Dreykorn, Monika (Hrsg.) (2007): Museum Schule Bildung. Aktuelle Diskurse - Innovative Modelle - Erprobte Methoden. München: kopaed.

Weschenfelder, Klaus/Zacharias, Wolfgang (1981/1992): Handbuch Museumspädagogik. Orientierungen und Methoden für die Praxis (1. Auflage/3. Auflage). Düsseldorf: Schwann.

Empfohlene Literatur

Deutscher Museumsbund et al. (Hrsg.) (2008): Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Berlin.

John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hrsg.) (2007): Museen neu denken: Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Bielefeld: transcript.

Kunz-Ott, Hannelore/Kudorfer, Susanne/Weber, Traudel (Hrsg.) (2009): Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse, Vermittlungsformen, Praxisbeispiele. Dokumentation der Fachtagung „Bildung – Was sonst?! Aneignungsprozesse und Vermittlungsformen in Museen“. Veranstaltet vom Bundesverband Museumspädagogik e. V. in Kooperation mit dem Deutschen Museum, 6. bis 8. November 2008 in München. Bielefeld: transcript.

Noschka-Roos, Annette (2012): Vermitteln. Bildung als Auftrag. In: Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen. Berliner Schriften zur Museumsforschung Bd. 30 (163-182). Berlin: G + H Verlag.

Noschka-Roos, Annette/Hagedorn-Saupe, Monika (2009): Klar Schiff! Museumspädagogik im Aufwind! In: Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell: Vom Projekt zur Professionalisierung – Geschichte der Museumspädagogik. Nr. 83, 10-13.

Weschenfelder, Klaus/Zacharias, Wolfgang (1992): Handbuch Museumspädagogik. Orientierungen und Methoden für die Praxis. (2. überarbeitete Auflage) Düsseldorf: Schwann.

Anmerkungen

Dieser Text wurde erstmals im Handbuch Kulturelle Bildung (Hrsg. Bockhorst/ Reinwand/ Zacharias, 2012, München: kopaed) veröffentlicht.

Zitieren

Gerne dürfen Sie aus diesem Artikel zitieren. Folgende Angaben sind zusammenhängend mit dem Zitat zu nennen:

Hannelore Kunz-Ott (2013 / 2012): Museum und Kulturelle Bildung. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE:

<https://www.kubi-online.de/artikel/museum-kulturelle-bildung>

(letzter Zugriff am 14.09.2021)

Veröffentlichen

Dieser Text – also ausgenommen sind Bilder und Grafiken – wird (sofern nicht anders gekennzeichnet) unter Creative Commons Lizenz cc-by-nc-nd (Namensnennung, nicht-kommerziell, keine Bearbeitung) veröffentlicht. CC-Lizenzvertrag:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/legalcode>