

Schule und Museum

Einführung in die Arbeit mit Schulklassen im Museum



Schulklasse in einem Kölner Museum (Foto: Museumsdienst Köln)

- **Service- und Besucherorientierung** bestimmen zunehmend auch die **Zusammenarbeit mit den Schulen**
- Angebote für Schulen sind **Angebote eines Museums für die Öffentlichkeit**
- **Wirtschaftlichkeit und Rentabilität** von Angeboten für Schulklassen
 - **Praktische Formen der Zusammenarbeit** mit Schulen
 - Streitpunkt **Lehrplanbezug**
 - **Museumspädagogisch tätige Lehrer/innen**
 - **Museumspädagogische Fortbildungen** für Lehrer/innen

Einführung: Die Schule ist nach wie vor **wichtigster Kooperationspartner für Museen**. Die Anwesenheit von Schulklassen in den Sammlungen der Museen hat eine lange Tradition, aber dennoch ist die Museumspädagogik für diese Zielgruppe nicht "von gestern", sondern hat sich genau so weiter entwickelt, wie andere Bereiche der Museumsarbeit auch. Das bedeutet: Ein modernes Museum braucht auch moderne Formen der Kooperation mit Schulen. Die **Leitbilder**, die die Aktivitäten von Museen heute weitgehend prägen und bestimmen, gelten also auch für das Angebote, die für Schulen und Schulklassen gemacht werden.

Um welche Leitbilder handelt es sich dabei? Drei solcher Leitbilder sollen als Beispiel genannt werden, weil sie das, was heute in den Museen geschieht, stark bestimmen:

- **Erstens:** Service- und Besucherorientierung als wesentliches Leitbild von dem, was wir heute im Museum tun und tun wollen;
- **Zweitens:** Kommunikation als Leitbild, wobei es mir hier v.a. um Kommunikation mit der örtlichen und regionalen Öffentlichkeit geht.
- **Drittens:** Heute mehr denn je gültig – das Leitbild der Wirtschaftlichkeit von Museumsarbeit.

Entlang dieser Leitbilder wird die Beziehung „Museum und Schule“ im folgenden diskutiert und beschrieben, welche Konsequenzen sich daraus ergeben:

1. Wie macht sich das **Leitbild "Service- und Besucherorientierung"** in der Zusammenarbeit mit der Schule bemerkbar? Ganz einfach, in einer neuen Art und Weise über diese Kooperation nachzudenken. Heute ist davon auszugehen, daß 10% bis 30% des Publikums eines Museums Schulklassen sind (in der Wanderausstellung „Genwelten“ waren es beispielsweise sogar über 50%!). Nehmen Sie an, Sie arbeiten in einem Museum mit 50.000 Besuchern pro Jahr, dann sind immerhin rund 10.000 Personen dieser Gruppe zuzurechnen. Service- und Besucherorientierung fragt nun danach: Was will und braucht dieser Teil unseres Publikums? Was erhält er tatsächlich? Bekommen sie das, was sie wirklich wollen? Andererseits: Was wollen wir als Museum, was soll diese Gruppe im Museum erfahren und was soll sie von dort mitnehmen? Sie spüren die Ambivalenz: Einerseits fragen wir nach dem, was unsere Partner aus der Schule wollen; andererseits geht es uns aber auch um das, was **wir** ihnen mitgeben wollen (nicht zu vergessen das, was wir auf keinen Fall vermittelt sehen wollen, z.B. Überdruß am Museum..!). Von dem zuerst Genannten wissen wir leider viel zu wenig, bzw. hier läuft vieles mit routinierter Selbstverständlichkeit. Service- und Besucherorientierung heißt, dies nicht mehr selbstverständlich zu nehmen, sondern zu nachzufragen, sich Klarheit zu verschaffen.

Das Zweite (was wollen wir als Museum von der Schule?) sollte einfacher zu beantworten sein, aber dazu müssten die Interessen eines Museums gegenüber Schulen erst einmal klar bestimmt werden. Das ist nicht überall selbstverständlich. Es geht ja nicht nur darum, dass Schulklassen möglichst wenig kaputt machen und nicht stören, etwas mehr sollte schon zu erreichen und anzustreben sein. Solche **Anliegen** wären z.B....

- dass die jungen Besucher gern wieder kommen, daß sie das Museum als etwas Positives erfahren ..
- oder dass sie aus einem stadtgeschichtlichen Museum Neugierde auf Geschichte mitnehmen;
- vielleicht dass - bei Jugendlichen - sogar etwas von der Faszination des historischen Originals überspringt, oder auch der Respekt vor den alten Dingen dort.

Festzuhalten bleibt für mich hier also: Auch Angebote für Schulklassen sollten sehr viel stärker als bisher unter dem Aspekt von Service und Besucherorientierung zu betrachtet werden. Das ist Voraussetzung für moderne Museumsarbeit.

2. Zweites Leitbild war: **Kommunikation des Museums mit der regionalen Öffentlichkeit.** Kommunikation: heißt ja Austausch. Es gilt, das Museum zu begreifen als einen Partner, der in einem Zusammenhang mit all dem steht, was regionale Öffentlichkeit ausmacht: Stadtrat und Verwaltung, Betriebe und andere Kultureinrichtungen, Schule und Hochschule, Kirchengemeinden und – über die Presse und über öffentlichkeitswirksame Aktionen – letztlich die ganze Bevölkerung

einer Stadt. Ich will Sie nun nicht zur Teilnahme in Dutzenden von Gremiensitzungen verlocken, das ist nicht sinnvoll und nicht leistbar. Man muss wohl auch klar sehen, dass es Teile der Öffentlichkeit gibt, für die „Museum“ **kein** Thema ist. Das bedeutet nicht unbedingt Ablehnung. Beispiel: Im Gymnasium meines Sohns steht im Zentrum aller Aktivitäten das Theater, die Schule ist eine richtige Theaterschule. Hier wird man als Museum eher wenig Resonanz finden. Ganz anders wiederum eine Realschule in einem Vorort von Heidelberg: Dort gibt es zahlreiche, lange eingeführte Kontakte mit dem örtlichen Museum, sowie Projekte und große Aufmerksamkeit für alles, was das Museum und die Museumspädagogik tut. So etwas entsteht aber nicht von selbst, sondern bedeutet fortlaufend Kommunikation mit den Personen in dieser letztlich „fremden Welt“ einer Realschule. Ähnliches gilt auch für Betriebe: Bei vielen ist gewiss alle Liebesmüh verloren, aber bei einigen weckt man doch, wenn man die richtige Ansprache findet (Kommunikation!), Aufmerksamkeit und Interesse. Das lässt sich oft sehr gut mit **Sponsoring - Projekten** verbinden. Dabei geht es natürlich auch um das Geld zur Förderung von Museumsprojekten, aber nicht nur. So hat es eine Teilnehmerin aus unserem Ausbildungsgang „Museumskommunikation“ an der Bundesakademie für kulturelle Bildung (Wolfenbüttel) geschafft, viele Geschäfte ihrer Heimatstadt dazu zu bewegen, ihre Schaufenster für ein Kunstprojekt zur Verfügung zu stellen.

Noch ein Gedanke zur Kommunikation: Auch das, was mit Schulklassen getan wird, sollte auf seine öffentliche Bedeutung hin abgeklopft werden. Das kann durchaus Interesse bei der Presse finden, oder auch nur bei der schulinternen Öffentlichkeit. Sie sollten sehen, wie motiviert Schüler sind, wenn sie wissen, dass ihr Projekt bei einem Schulfest der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Also: Kommunizieren heißt auch die **Kooperationspartner wirklich ernst nehmen!**

3. Drittes Leitbild ist das der **Wirtschaftlichkeit**. Sie kennen das aus ihrer Arbeit sicher besser als ich. Das geht an der Zusammenarbeit mit der Schule nicht vorüber, auch diese Aktivitäten kosten ihren Preis. Um eine Vorstellung zu geben:

- Museumsgespräch 60 Min., DM 60,-;
- Museumsgespräch mit praktischer Arbeit (120 Minuten): DM 100,- plus Material;
- Projekttag 300 Minuten, DM 180,- plus Material.

Das sind Annäherungswerte aus der Praxis einiger größerer Museen. Die dabei erzielten finanziellen Mittel sind ein unverzichtbarer Grundstock, um ein breit gefächertes und professionelles Angebot zu realisieren. Dabei ist mir der Begriff „professionell“ besonders wichtig, denn wenn wir über Geld reden, reden wir immer auch über Qualität und Qualitätssicherung. Konkret bedeutet das, wenn ich von Schulklassen immerhin recht spürbare Beträge für eine Leistung nehme, dann sollte das Angebot auch stimmen. Das bedeutet etwa:

- Eine Museums-Werkstatt sollte existieren und herzeigbar sein;
- das Werkzeug einsatzbereit, das Material vorhanden,
- die freien Mitarbeiter geschult
- und – nicht zuletzt – die Themen/ das Programm attraktiv.

Man sollte niemals vergessen: Die Museen sind nicht allein auf der Welt! In Heidelberg hat diese Woche gerade die Zooschule eröffnet, auch die nimmt Geld für ihre Angebote, aber sie hat dafür auch einiges zu bieten (Begegnung mit lebenden Tieren!). Lehrer und die Klassen haben also in Heidelberg nun eine Wahl mehr. Wenn wir als Museum tatsächlich bestehen und ausgewählt werden wollen, müssen

wir also eine entsprechende Qualität bieten.

4. Als nächstes ist darüber zu sprechen, wie die **Zusammenarbeit mit Schulen praktisch abläuft**. Es geht darum, was im Museum passiert, bzw. passieren könnte, wenn mit der Schule kooperiert wird. Vorweg: Der Autor vertritt die Meinung, Museumspädagogik für Schulklassen sollte (vor allem) **im Museum stattfinden**. Das klingt trivial, ist es aber nicht ganz. Mir ist wichtig, dass das Museum – und nicht die Schule - ganz wesentlich der Ort für Vermittlung bleibt, weil es um ein, vielleicht das wichtigste Merkmal von Unterricht und allen anderen pädagogischen Aktivitäten im Museum geht: Der Bezug zum Museumsobjekt, zum Kunstwerk oder zum historischen Exponat. Gestatten Sie mir dazu kurz Georg Kerschensteiner zu zitieren, den Reformpädagogen und Mit-Gründungsvater des Deutschen Museums in München:

„Die Organisation eines Museums, das durch Erkennen bilden will, ist nichts anderes als eine Lehrplan – Konstruktion, nur dass hier die Konstruktion nicht wie in den Schulen – mit den Schatten der Dinge, nämlich mit Worten, sondern mit den Dingen selbst arbeitet“.

Das ist für mich ein ganz zentraler Punkt: **Das Objekt ist nicht der Hintergrund, sondern der Ausgangspunkt** von dem, was im Museum vermittelt wird. Das gilt auch für die Arbeit mit Schulklassen. Was bedeutet dieser Objektbezug in der Arbeit mit Schulklassen methodisch und konzeptionell? Das lässt sich nicht in wenige Worte fassen, sondern ist Stoff für eine eigenständige Fortbildung. Ich beschränke mich auf die Nennung **drei methodischer Prinzipien**, die ich für wichtig und unverzichtbar halte, auch wenn Schulklassen in den Räumen des Museums sind:

- Erstens: Wahrnehmen und Sehen stehen im Vordergrund, also – das wollte ich im Titel meines Referats ausdrücken - erst anschauen, dann erfahren, dann erst verstehen.
- Zweitens: Eigenaktivität an Stelle von reiner Rezeption, hier sollte sich das Museum für jeden Schüler nachvollziehbar von der Schule unterscheiden;
- Drittens: Gesprächsorientierung statt Vortrag, nur über das Gespräch und den Dialog werden wir den Weg zu den Schülern und ihrer Sicht der Dinge finden.

Entlang dieser methodischen Prinzipien entfaltet sich professionelle und in ihrem Charakter eigenständige Museumspädagogik für Schulklassen.

5. Weiter wichtiger und oft kontroverser Punkt: Wie steht es nun um den **Lehrplanbezug** von museumspädagogischen Angeboten? Das ist – auch wenn viele Museumspädagogen/innen hier sehr kritisch reagieren - ein wichtiger Punkt, auch wegen der beschriebenen Serviceorientierung. Einige Museen haben darauf schon länger mit dem Angebot von speziellen **Themenkatalogen** reagiert.

- Sehr weit in dieser Richtung ist etwa das **Badische Landesmuseum in Karlsruhe**, dessen Themenkatalog man anfordern kann und dem man manche Anregung entnehmen kann. Er erscheint jährlich, enthält 34 Themen aus 9 Abteilungen des Museums die sämtlich den Bereichen Kindergarten, Grundschule, Sekundarstufe 1 und 2 zugeordnet sind. Bei den einzelnen Themen finden Sie dann stets die exakte Zuordnung jedes Themas zu Jahrgangsstufen und Lehrplanelementen. Lehrer können damit sehr gezielt arbeiten und sich zu den meisten Themen sogar zwischen drei Zeitstrukturen entscheiden.
- Ein weiteres positives Beispiel – diesmal aus einem kleineren Stadtmuseum –

ist das **Museum im Ritterhaus in Offenburg**: Der dortige Kurskatalog hat die Angebote des Museums für Schulklassen in fünf Themengruppen angeordnet sind, jedes Thema hat eine Zuweisung zu einer Altersklasse und ist zur besseren Orientierung jeweils nach der gleichen Struktur präsentiert. Gerade dieses Beispiel könnte von vielen Museen ähnlicher Größenordnung gut nachvollzogen werden und würde die Zusammenarbeit mit den örtlichen Schulen oft sehr erleichtern.

Wie entsteht ein solcher Themenkatalog: Sicher nicht vom grünen Tisch des Museumspädagogen oder Museumsleiters aus, sondern es geht nicht ohne Zusammenarbeit mit engagierten Lehrern/innen. Ein solches Angebot muss wachsen, ist daher ein guter Ansatzpunkt für eine längerfristige Zusammenarbeit.

Noch zwei weitere Aspekte zum Thema **Lehrplanbezug**:

- Erstens: Wenn Schule vom Lehrplanbezug reden, dann ist die Hoffnung vieler Museumsleute, dass das impliziert, der Besuch im Museum sei schulisch eingebunden; das heißt: er wird vor- und nachbereitet. Vorbereitung bedeutet **Kenntnisvermittlung** („Man sieht nur, was man weiß“), und Nachbereitung bedeutet **Reflexion**, was ein Gespräch sein kann oder aber auch praktische Gestaltung. Leider ist diese wünschenswerte Ausgestaltung von Museumsbesuchen sehr selten. Die Gründe dafür sind vielfältig, es gibt Mängel auf der Schulseite, oft fehlt aber auch die Betreuung der Lehrer durch die Museen. Man kann beklagen, dass die Kinder und Jugendlichen die Museen oft so schlecht vorbereitet betreten. Man kann und sollte sich jedoch auch in seinen Angeboten auf diese Situation einrichten, so ist nun einmal die Realität. Solche Themenkataloge sind daher auch als Versuch zu verstehen, Angebote zu entwickeln, die relativ gut auch **für sich stehen können**, also wodurch das Fehlen von Vor- und Nachbereitung relativ verschmerzbar ist.
- Zweitens: Wenn nach solchen Themenkatalogen gearbeitet wird, bedeutet das in der Praxis, dass man eine ziemliche **Nachfrage schafft**. Das wiederum bedeutet, dass man einen recht großen Stab freier Mitarbeiter haben muss, die diese Angebote für die vielen Schulklassen betreuen. Für die Hauptamtlichen im Museum strukturiert das die Arbeit völlig neu: Sie müssen viel stärker organisieren, geeignetes Personal finden, es einarbeiten, Qualität sichern (= Einheitlichkeit gewährleisten!) und viel mehr konzeptionell tätig werden. Aus dieser Situation entsteht also auch ein ganz neues Berufsbild für im Museum Tätige.

6. Eine gute Alternative wäre auch, die **Lehrer/innen stärker museumspädagogisch zu qualifizieren** und einzusetzen. In der Praxis gibt es hier zwei Wege:

- **Freigestellte Lehrer**, die spezielle Angebote in Museen machen (Besonders erfolgreiches Beispiel ist etwa die [Kölner Museumsschule](#));
- und zweitens die **längerfristig laufende Fortbildung und Betreuung von interessierten Lehrern** an zentraler Stelle (Ein Beispiel von außerhalb Hessens: Das [Museumspädagogische Zentrum in München](#)). Beide Wege haben ihre spezifischen Vor- und Nachteile, auf jeden Fall wird aber eine Institution vorausgesetzt, die aktiv zwischen Schule und Museum vermittelt und entsprechend personell bzw. finanziell ausgestattet ist.

7. Ein weiterer erfolgversprechender Weg ist die **Lehrerfortbildung**. Dabei käme es mir auf zwei Aspekte an:

- Erstens, dass **möglichst viele Lehrer die Fähigkeit und auch das Interesse erwerben, die besonderen Chancen von Museen als außerschulische Lernorte zu nutzen**. Dafür wären sicher zentrale Fortbildungen sinnvoll, etwa in Lehrerfortbildungseinrichtungen. Ich plädiere ganz stark dafür, solche zentralen Kurse nicht nur in den Fortbildungseinrichtungen selbst, sondern auch vor Ort in den Museen durchzuführen, um praktisches „feeling“ und eine konkrete Einführung in die Prinzipien von Museumsarbeit zu vermitteln. An der Entwicklung eines solchen Vor-Ort – Konzepts könnte auch gut in Hessen gearbeitet werden, die Bereitschaft von Seiten vieler Museen ist jedenfalls vorhanden.
- Der zweite Aspekt ist die **kontinuierliche, dezentrale Arbeit am Museumsort**, mit kleinen, aber engagierten Lehrergruppen, die das Museum „zu ihrer Sache“ gemacht haben und von den Museen entsprechend fortlaufend betreut werden können. Wichtig sind hierfür **konkrete Projekte**: Das können solche Themenkataloge sein (und deren Erprobung); oder auch – mein Lieblingskind – **Schülerausstellungen**. Ich bin immer mehr der Meinung, dass solche Schüler-Ausstellungsprojekte der eigentliche Königsweg der Arbeit mit Schulklassen ist. Das wird immer eine Sache von einigen wenigen Schulen, Lehrern und Klassen bleiben, aber es ist in der Erfahrungsintensität für die Schüler kaum noch zu übertreffen.

Zum Schluss: Museumsinteressierten Lehrer – und natürlich auch die interessierten Museumskollegen/innen – sind herzlich eingeladen, sich zum **Kurs „Die Sprache der Dinge“** anzumelden, der vom Hessischen Museumsverband ab 2001 fortlaufend angeboten und von mir als Kursleiter betreut wird. Dieser Kurs bietet eine gute Einführung in die kommunikativen Aufgaben der Museumspraxis und könnte damit auch für museumsengagierte Lehrer/innen nützlich sein. Die besondere Chance für Lehrer/innen, die an diesem Kurs teilnehmen, liegt darin, dass sie wirklich praxisbezogen und in Museumsdingen qualifiziert in den Schulen aktiv werden können. Sie können dadurch wirklich qualifiziert und engagiert den Lernort Museum nutzen und in ihren Kollegien als Multiplikatoren für Museumspädagogik wirken.

Der Beitrag wurde zuerst auf der Mitgliederversammlung des Hessischen Museumsverbands e.V., 200, Schloß Arnoldstein gehalten. Autor: Dr. Ulrich Paatsch.

Literaturtip:

- Josefine Hildebrandt u.a., „*Schule und Museum – vom Nutzen des Museums für die Schule. Anregungen für den Unterricht in den Fächern Geschichte, Deutsch, Physik, Bildende Kunst, Erdkunde/Sachkunde*“, Schibri Verlag, Berlin/ Milow, 1998 ISBN 3-928878-64-6). DM 36,--
- Akademie für Lehrerfortbildung und Personalführung/ Museumspädagogisches Zentrum München (Hg.), *Museen lebendig erleben in der Museumslandschaft*, München/ Dillingen 1997. Bezug: AK Museumspädagogik Bayern, Reichenbachstr. 12, 80469 München, Tel.: 089/ 260-9208

Nachdruck erwünscht! Aber bitte nicht die *Quellenangabe (AfeB Heidelberg, 2001)* und *Zusendung eines Belegexemplars vergessen!*

Kontakt: info@arbeitsgruppe-heidelberg.de