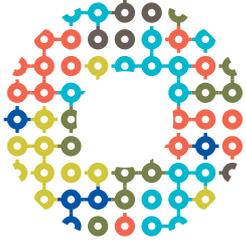


Wissenschaftliche Weiterbildung
für die Museumswelt

Modulhandbuch



museon
weiterbildung &
netzwerk

UNI
FREIBURG



Heft 04 | 03. 2017

Inhalt

1. Einleitung und Hinweise zur Benutzung	4
2. Kontakt und Ansprechpartner	5
2.1. Kontakt	5
2.2. Ansprechpartner	5
3. Studienstruktur: Baukastensystem	6
3.1. Übersicht Modulstruktur	6
3.2. Organisation der Teilmodule	6
3.3. Zeitaufwand für das Studium	7
4. Abschlüsse	8
4.1. Überblick	8
4.2. Teilnahmebescheinigung	8
4.3. Certificate of Advanced Studies (CAS)	8
4.4. Diploma of Advanced Studies (DAS)	8
4.5. Master of Advanced Studies (MAS) - (ab 2019)	8
5. Zugang zum Studium und Anrechnung	9
5.1. Zugangsvoraussetzungen	9
5.2. Anrechnung bereits erreichter ECTS-Punkte	9
6. Prüfungsleistungen	10
6.1. Teilnahmebescheinigung	10
6.2. Certificate of Advanced Studies (CAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS)	10
6.3. Projektarbeit	10
6.4. Fehlzeitenregelung	12
6.5. Abmeldung vom Kurs	12
7. Studienverlaufsplan	13
8. Technische Voraussetzungen für das Onlinestudium	14
9. Modulübersicht	15
9.1. Einleitung	15
9.2. Begleitkurs	16
9.3. Modul 1: Überblicken	17
9.4. Modul 2: Sammeln	24
9.5. Modul 3: Ausstellen	30
9.6. Modul 4: Vermitteln	36
9.7. Modul 5: Vermarkten	47
9.8. Modul 6: Managen	53
9.9. Modul 7: Digitalisieren	59
10. Organisatorische Hinweise	64
11. Checkliste	65

1. Einleitung und Hinweise zur Benutzung

Herzlich willkommen bei museOn | weiterbildung & netzwerk!

Wir freuen uns, dass Sie sich entschieden haben, eine berufsbegleitende Weiterbildung an der Universität Freiburg aufzunehmen. Das Programm von museOn ist für Berufstätige aus dem Museums-, Ausstellungs- und Sammlungsbereich konzipiert und dient der Reflexion und Professionalisierung der Museumsarbeit.

Das wissenschaftliche Weiterbildungsprogramm museOn | weiterbildung & netzwerk ist modular konzipiert. Es ist dabei möglich, Teilmodule zu belegen und entsprechend Teilnahmebescheinigungen zu erhalten, aber auch diese in Kombination zu den Weiterbildungszertifikaten CAS (Certificate of Advanced Studies) oder DAS (Diploma of Advanced Studies) zu führen. In diesem Modulhandbuch erhalten Sie umfassende Informationen zum Weiterbildungsprogramm von museOn. Neben Inhalten und Lernzielen der einzelnen Teilmodule finden Sie auch Informationen zur Studienorganisation des CAS-/DAS-Programms, Beschreibung der Studiengänge sowie Studien- und Prüfungsordnung.

Das Programm ist im Blended Learning-Format konzipiert. Das heißt, das Studium setzt sich aus intensiven Online-Phasen mit Selbststudium und Gruppenarbeiten sowie aus Präsenzveranstaltungen an der Universität Freiburg bzw. an den Institutionen unserer musealen Kooperationspartner zusammen.

Den Teilnehmenden steht im Verlauf des Studiums tutorielle Unterstützung zur Verfügung. Geschulte Tutor_innen helfen ihnen bei ihrer Studienorganisation und stehen auch im Verlauf der Online-Phasen als Ansprechpartner_innen bei organisatorischen, inhaltlichen und technischen Fragen zur Seite.

Für weitere Fragen oder Beratung stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Ihr museOn - Team!

2. Kontakt und Ansprechpartner

2.1. Kontakt

Universität Freiburg - FRAMAS
museOn | weiterbildung & netzwerk
Friedrichstraße 50
D - 79098 Freiburg
+49 (0)761 203 98 614
www.museon.uni-freiburg.de
Twitter: @museonFR
museon@uni-freiburg.de

2.2. Ansprechpartner

Für Fragen zum Gesamtprogramm:

Dr. Christian Wacker, Wiss. Projektleiter
E-Mail: christian.wacker@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98612

Für inhaltliche Fragen und Strukturfragen:

Sonja Thiel, Wiss. Koordination
E-Mail: sonja.thiel@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98613

Für Fragen zur Evaluation:

Sindy Lesny, Evaluation
E-Mail: sindy.lesny@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98615

Für methodische und (medien)-didaktische Fragen:

Dorthe Hutz-Nierhoff, Mediendidaktik
E-Mail: dorthe.hutz@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98617

Für Fragen zur Medienproduktion:

Britta Bieberbach, Technische Koordination
E-Mail: britta.bieberbach@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98616

Für administrative Fragen:

Maren Eichmeier, Projektverwaltung
E-Mail: maren.eichmeier@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98614

Für Fragen zur Öffentlichkeitsarbeit:

Sophia Metzler, Kommunikation und Netzwerk
E-Mail: sophia.metzler@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98615

3. Studienstruktur: Baukastensystem

Sie sind berufstätig und haben bereits vielfältige Erfahrungen im Museumsbereich gesammelt? Sie wissen somit ganz genau, worauf es Ihnen beruflich ankommt und was Sie noch lernen wollen? Außerdem haben Sie nur begrenzt Zeit, denn der Museums- und Ausstellungsbetrieb und Ihre individuellen Verpflichtungen erfordern Ihre volle Aufmerksamkeit?

Um den Bedürfnissen von berufstätigen Museumsschaffenden entgegen zu kommen, hat museOn | weiterbildung & netzwerk der Universität Freiburg ein Studienangebot im Blended-Learning Format als Baukastensystem entwickelt. Die verschiedenen Module behandeln wichtige Themen, die den Arbeitsbereichen in Museen und museumsähnlichen Institutionen entsprechen. Diese Module gliedern sich in verschiedene Teilmodule. Jedes Teilmodul ist einzeln studierbar und kann mit einem Teilnahmezertifikat abgeschlossen werden. Sie können die einzelnen Teilmodule auch miteinander kombinieren und somit einen wissenschaftlichen Abschluss anstreben. Eine Übersicht über die möglichen Abschlüsse erhalten Sie in Kapitel 4.

Das Baukastenprinzip ermöglicht es Ihnen auch, zunächst nur einen oder zwei Teilmodule zu belegen und später zu einem wissenschaftlichen Abschluss auszubauen.

3.1. Übersicht Modulstruktur

Für die Weiterbildung bei museOn | weiterbildung & netzwerk wurden acht Module entwickelt, die fachspezifisches Wissen für Berufstätige im Museums-, Ausstellungs- und Sammlungsbereich sowie allgemeine Inhalte für ein an wissenschaftlichen Themen interessiertes Publikum vermitteln:

Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermitteln 2, Vermarkten, Managen, Digitalisieren.

Zu jedem Modul werden in zwei Semestern verschiedene Teilmodule angeboten, die einzeln und in Kombination studierbar sind.

Folgende Teilmodule können Sie bei museOn | weiterbildung & netzwerk belegen:

ÜBERBLICKEN	SAMMELN	AUSSTELLEN	VERMITTELN	VERMARKTEN	MANAGEN	DIGITALISIEREN	
Museumsethik	Sammlungsmanagement	Objekt und Wissen	Einführung Bildung und Vermittlung im Museum	Besucherorientiertes Denken und Handeln	Strategisches Marketing	Administrative Strukturen	Digitale Objektdokumentation
Aufgabenbereiche im Museum	Sammlungskonzept und -strategien	Schreiben und Texten für Ausstellungen	Museale Erzählwelten	Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung	Urheberrecht	Methodisches Museumsmanagement	E-Culture – Partizipative Medien im Museum
Geschichte der Museen	Inventarisieren und Dokumentieren	Ausstellungsplanung und -management	Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation	Von der Ausstellung zum Programm	Museum als Marke	Finanzen und Haushalte	Digitale Sammlungsstrategien
Zukunft der Museen	Risikomanagement und Versicherung	Ausstellungsdrehbuch / Interpretive Planning	Selbstbestimmter Museumsbesuch	Edutainment	Fundraising	Qualitätsstandards und -sicherung	Digitale Medien und Objekte
Inklusion im Museum	Verpackung und Transport	Szenografie	Outreach-Programme	Interkulturelle Vermittlung	Öffentlichkeitsarbeit	Umgang mit der Kulturpolitik	Digitale Evaluationsmethoden

3.2. Organisation der Teilmodule

Jedes Teilmodul wird über die Dauer von fünf Wochen berufsbegleitend durchgeführt. In jedem Semester laufen vier Teilmodulphasen nacheinander, d.h. immer auch mehrere Teilmodule parallel. Der Beginn der Teilmodulphasen ist auf bestimmte Kalenderwochen festgelegt.

Eine inhaltliche und detaillierte Übersicht über die Teilmodule erhalten Sie in Teil 2.

Die Teilmodule werden entweder komplett online oder in einer Kombination aus Online- und Präsenzphase studiert. Für die Termine der Präsenzveranstaltungen sind bereits von vornherein bestimmte Phasen definiert. Eine detaillierte Übersicht über die Termine erhalten Sie semesterweise aktualisiert auf der Website.

Auftaktveranstaltung	Wintersemester	KW 35	Verpflichtend nur für CAS-Kandidaten
	Sommersemester	KW 9	
Präsenzphase A	Wintersemester	KW 35	Siehe Kursbeschreibungen
	Sommersemester	KW 9	
Präsenzphase B	Wintersemester	KW 45	Siehe Kursbeschreibungen
	Sommersemester	KW 19	
Präsenzphase C	Wintersemester	KW 7	Siehe Kursbeschreibungen
	Sommersemester	KW 30	
Abschluss-veranstaltung	Wintersemester	KW 7	Verpflichtend nur für CAS-Kandidaten
	Sommersemester	KW 30	

3.3. Zeitaufwand für das Studium

Jedes Teilmodul ist jeweils mit 1 Credit Point bewertet. Dies entspricht einem Workload von 25-30 Stunden. Teilmodule werden entweder komplett online oder in einer Kombination aus Online- und Präsenzphase studiert.

Der Studienplan ist so angelegt, dass Sie je Woche ca. 5 Stunden je Teilmodul einplanen sollten. Online-Meetings werden grundsätzlich unter der Woche in den Abendstunden durchgeführt (meist 19:30-21:00 Uhr).

Jedes Teilmodul wird über die Dauer von 5 Wochen berufsbegleitend durchgeführt.

4. Abschlüsse

4.1. Überblick

Das museOn-Programm ist im Baukastensystem aufgebaut, das heißt Teilmodule sind in sich abgeschlossen und einzeln studierbar, können jedoch auch individuell miteinander kombiniert und mit einem Weiterbildungszertifikat abgeschlossen werden. Das museOn-Programm arbeitet mit den Abschlüssen der Swiss Uni. Teilnehmenden des Studiengangs wird ein Zertifikat der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg verliehen. Die Einbindung ins europäische Kreditpunkte-System (ECTS) gewährleistet Transparenz. Die **Teilmodule** haben einen Umfang von **25-30 Stunden** Lernaufwand und **entsprechen 1 Credit Point (1 CP)**.

4.2. Teilnahmebescheinigung

Die museOn-Teilmodule (1 CP) bieten fachspezifisches Wissen für Berufstätige im Museums-, Ausstellungs- und Sammlungsbereich sowie allgemeine Inhalte für ein an wissenschaftlichen Themen interessiertes Publikum. Die Teilnehmenden erhalten eine **Teilnahmebestätigung**.

4.3. Certificate of Advanced Studies (CAS)

Das **Certificate of Advanced Studies (CAS)** ist der kleinste universitäre Weiterbildungsabschluss. Ein CAS entspricht einem Umfang von **10 Credit Points** und einem Arbeitsaufwand von **250-300 Stunden** (inkl. Selbststudium). Die 10 CP setzen sich aus 8 Teilmodulen, dem Einführungs- und Begleitkurs und der CAS-Abschlussarbeit (2 CP) zusammen. Ein CAS-Studium erfordert die Wahl von 2 Modulen, die frei kombinierbar sind. Aus den beiden gewählten Modulen werden mindestens 2 Teilmodule studiert. Die 4 ausgewählten Teilmodule können mit passenden Teilmodulen aus einem vordefinierten Pool kombiniert werden. Der CAS ist berufs begleitend studierbar und beinhaltet neben Online-Phasen auch zwei bis drei Präsenztermine im Semester sowie die Teilnahme am Begleitkurs und das Erstellen einer Projektarbeit. Ein CAS ist in einem Semester studierbar, kann aber auch über zwei oder mehrere Semester verteilt werden.

4.4. Diploma of Advanced Studies (DAS)

Diploma of Advanced Studies (DAS) ist eine neue Typologie von Weiterbildungsstudiengängen, die eine vertiefte Ausbildung in Museumstheorie und -praxis bieten, so dass eine Zusatzqualifikation im angestammten Beruf oder in einem neuen Fachgebiet erworben werden kann. Ein DAS umfasst Studienleistungen von **30 Credit Points** was einem Arbeitsaufwand von **750-900 Stunden** entspricht (inkl. Selbststudium). Die 30 CP setzen sich aus 24 Teilmodulen, dem Einführungs- und Begleitkurs und der DAS-Abschlussarbeit (6 CP) zusammen. Ein DAS-Studium erfordert die Wahl von 6 Modulen. Aus den gewählten Modulen werden mindestens 2 Teilmodule studiert. Die 12 ausgewählten Teilmodule können mit passenden Teilmodulen aus einem vordefinierten Pool kombiniert werden. Sie sind berufs begleitend studierbar und beinhalten neben Online-Phasen auch zwei bis drei Präsenztermine im Semester, sowie die Teilnahme am Begleitkurs und das Erstellen einer Projektarbeit. Aufgrund der modularen Struktur kann ein DAS auf einem CAS-Abschluss aufbauen oder kumulativ aus drei CAS-Abschlüssen kombiniert werden.

4.5. Master of Advanced Studies (MAS) - (ab 2019)

MAS-Studiengänge sind die höchsten wissenschaftlichen Weiterbildungsabschlüsse und führen zu einem akademischen Titel. Sie bieten eine umfassende Ausbildung, so dass entweder eine zusätzliche Qualifikation im angestammten Beruf erworben werden kann oder sich ein neues Berufsfeld eröffnet. MAS-Studiengänge dauern in der Regel zwei oder mehrere Jahre und beinhalten neben Präsenzunterricht und Selbststudium auch eine Abschlussarbeit. Ein abgeschlossenes Bachelor-Studium oder ein gleichwertiger von der Universität anzuerkennender Studienabschluss sind Voraussetzung für die Belegung des MAS-Studiengangs bei museOn. Sie sind mehrheitlich berufs begleitend und umfassen Studienleistungen im Umfang von mindestens 90 Credit Points, was einem Arbeitsaufwand von 2250-2700 Stunden entspricht (inkl. Selbststudium). Die Abschlussarbeit wird dabei mit 30 Credit Points bewertet. Der MAS-Abschluss berechtigt nicht zur Zulassung zum Promotionsstudium.

5. Zugang zum Studium und Anrechnung

5.1. Zugangsvoraussetzungen

Zugangsvoraussetzung für ein berufsbegleitendes Weiterbildungsstudium ist qualifizierte Berufserfahrung oder ein Hochschulabschluss sowie erste Berufserfahrung im Museum.

5.2. Anrechnung bereits erreichter ECTS-Punkte

Sie können bereits erreichte ECTS Punkte anderer Universitäten bei museOn anrechnen lassen, sofern kein Studienabschluss erreicht wurde und eine inhaltliche Übereinstimmung der Kurse vorliegt. Setzen Sie sich dazu mit dem museOn-Team in Verbindung.

6. Prüfungsleistungen

6.1. Teilnahmebescheinigung

Wenn Sie sich entschlossen haben, Teilmodule zu belegen, gibt es keine gesonderte Prüfungsleistung. Die Teilnahme am Kurs, die regelmäßige Bearbeitung der bereitgestellten Kursmaterialien sowie die aktive Teilnahme an den Übungs- und Gruppenaufgaben (Wikis, Forumdiskussion, E-Portfolio, E-Tests, etc.) dienen hier als Grundlage für die Erstellung einer Teilnahmebescheinigung. Sie erhalten Ihre Teilnahmebescheinigung am Ende des Semesters, d.h. in KW 9 bzw. KW 32. In dringenden Fällen kann die Teilnahmebescheinigung für Teilmodule auf Anfrage vorher ausgestellt werden. Ein Kurs gilt als „Bestanden“ wenn alle Pflichtaufgaben fristgerecht erfüllt wurden und eine aktive Teilnahme am Kurs zu verzeichnen war. Bei Nichteinhalten der Fristen ist mit der Tutorin / dem Tutor eine Ersatzabgabe zu vereinbaren. Die Teilnahmebescheinigungen werden per Mail und auf Wunsch per Post versandt.

6.2. Certificate of Advanced Studies (CAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS)

1. Zur Erlangung des Certificate of Advanced Studies CAS ist es notwendig, 2 Module mit je 4 Teilmodulen (gesamt 8 CP) zu absolvieren. Verpflichtend ist darüber hinaus ein Begleitkurs (0,5 CP) sowie das selbständige Anfertigen einer Projektarbeit (1,5 CP = 37,5 bis 45 Stunden Aufwand).
2. Zur Erlangung des Diploma of Advanced Studies DAS ist es notwendig, 6 Module mit je 4 Teilmodulen (gesamt 24 CP) zu absolvieren. Verpflichtend ist darüber hinaus ein Begleitkurs (0,5 CP) sowie das selbständige Anfertigen einer Projektarbeit (5,5 CP = 112,5 bis 135 Stunden Aufwand).

6.3. Projektarbeit

1. Eine Projektarbeit ist eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit und dient dem Nachweis der vertieften Beschäftigung mit einem museumsrelevanten Thema. In der Projektarbeit werden Themen bearbeitet, die sich aus dem eigenen beruflichen Hintergrund und Interessensgebiet oder aus dem Studium ergeben. Durch die Projektarbeit zeigen die Teilnehmenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer gegebenen Frist ihr erworbenes Wissen anzuwenden und ein Projekt zu planen und zu reflektieren oder ein eigenständiges Projekt zu konzipieren und theoretisch zu begründen.
2. Das Thema für die Projektarbeit kann selbst gewählt werden, kann aus den erlernten Inhalten der Kurse entwickelt werden oder aber aus einem Pool vorgegebener Projektarbeiten entnommen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Arbeit thematisch an die Modulnhalte angelehnt ist bzw. auf diese aufbaut. Bei der Belegung des Moduls „digitalisieren“ könnte es sich z.B. empfehlen, ein Konzept für eine Social Media Strategie für das eigene oder ein Museum freier Wahl zu entwickeln und auszuarbeiten. An das Modul „vermitteln“ könnte eine Strategie etwa für Ausstellungsprogramme angeschlossen werden, im Modul „sammeln“ könnte sich die Entwicklung einer Struktur für digitale Objektaufnahme anbieten usw.. Projektarbeiten können auch in Absprache mit musealen Kooperationspartnern von museOn erstellt werden.
3. Grundsätzlich gilt, dass im Falle einer CAS Projektarbeit bei einem Umfang von nur 1,5 CP keine komplexen Projektarbeiten durchgeführt werden können und bei der Definition des Themas das Zeitmanagement berücksichtigt werden muss. Trotzdem muss die Arbeit wissenschaftlichen Ansprüchen genügen, d.h. das Thema muss akademisch reflektiert werden und durch entsprechende Primär- und Sekundärquellen belegt werden können. Non-kumulative DAS Projektarbeiten im Umfang von 5,5 CP sollten komplexere Themen mit Theorie- und Praxisteil zum Inhalt haben einschließlich wissenschaftlicher Reflexion des Themas.
4. Die Projektarbeit des DAS kann auch kumulativ angefertigt werden, also in der Kombination von 3 CAS Projektarbeiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die 3 CAS Projektarbeiten in einem inhaltlichen Bezug zueinanderstehen bzw. idealerweise aufeinander aufbauen. Bei der Einreichung einer kumulativen DAS Projektarbeit muss ein übergeordnetes Rahmenthema klar erkennbar sein. Die kumulative Projektarbeit wird nach folgendem Schema bewertet: 3 CAS = 4,5 CP + Darstellung des Rahmenthemas = 1 CP.
5. Es ist möglich, eine Projektarbeit auch in der Gruppe umzusetzen. Dabei muss in der Konzeptphase klar definiert werden, welche Aufgaben die jeweiligen Teilnehmenden wahrnehmen werden. Der Umfang der Arbeit ergibt sich dann aus den Einzelleistungen der Teilnehmenden (z.B.: CAS Projektarbeit von 5 Teilnehmenden = 7,5 CP, also 187,5 bis 225 Stunden Arbeitsaufwand).
6. Die Projektarbeit wird von der Projektkoordination mit einer/einem Tutor_in sowie bei Bedarf einer/einem Dozent_in begleitet und betreut.

Allgemeine Bedingungen

1. Berechtig zur Einreichung einer CAS Projektarbeit sind alle Teilnehmenden des aktuellen CAS Angebots, die 8 Teilmodule (8 CP) und den Begleitkurs absolviert haben. Die CAS Projektarbeit ist verpflichtender Bestandteil zum Erwerb des CAS Zertifikats.
2. Berechtig zur Einreichung einer DAS Projektarbeit sind alle Teilnehmenden, die Teilmodule im Umfang von 24 CP und den Begleitkurs absolviert haben. Die Kombination von drei CAS Zertifikaten zu einem kumulativen DAS Zertifikat ist unter Berücksichtigung von „Projektarbeit“, Pkt. 1 möglich. Die (kumulative) DAS Projektarbeit ist verpflichtender Bestandteil zum Erwerb des DAS Zertifikats.
3. Die Urheberrechte für eingereichte Arbeiten verbleiben bei den Autoren. Die Nutzungsrechte an den Arbeiten werden museOn übertragen. museOn ist insbesondere berechtigt, die eingereichten Arbeiten im Rahmen der Aus- und Weiterbildung weiter zu verwenden und Teilnehmenden als Beispiel und Grundlage für weitere Arbeiten abzugeben. museOn ist ferner berechtigt, die Arbeiten zu wissenschaftlichen Zwecken als OER Open Educational Resources mit Creative Commons Lizenzen weiter zu verwenden.
4. Die Arbeiten dürfen durch die Autoren kommerziell nur nach schriftlicher Einwilligung durch museOn verwendet werden.
5. Notenskala: 1,0/ 1,3/ 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 bis.... 4,7 (ab 5,0 nicht bestanden)

Umfang und Inhalt der Projektarbeiten

1. Die CAS Projektarbeit wird mit 1,5 CP (37,5 bis 45 Stunden Arbeitsaufwand) bewertet und ist als A4-Bericht im PDF-Format elektronisch auf der Lernplattform oder per Mail einzureichen. Hinsichtlich des Layouts sollte die gängige Formatierung (1,5 zeilig, 11pt/Arial oder 12pt/Times New Roman; Seitenränder: 2,5cm, Seiten nummeriert) eingehalten werden. Bitte halten Sie sich in der Zitierung an das museOn-Stylesheet. Der Umfang mit Abbildungen sollte 20 Seiten nicht übersteigen. Bitte speichern Sie die Datei unter Ihrem Namen ab.
2. Die DAS Projektarbeit wird mit 5,5 CP (137,5 bis 165 Stunden Arbeitsaufwand) bewertet und ist als A4-Bericht im PDF Format elektronisch einzureichen. Hinsichtlich des Layouts sollte die gängige Formatierung (1,5 zeilig, 11pt/Arial oder 12pt/Times New Roman; Seitenränder: 2,5cm, Seiten nummeriert) eingehalten werden. Bitte halten Sie sich in der Zitierung an das museOn-Stylesheet. Der Umfang mit Abbildungen sollte 50 Seiten nicht übersteigen. Bitte speichern Sie die Datei unter Ihrem Namen ab.
3. Nach Absprache können Projektarbeiten auch in alternativen Formaten (z.B.: Video, Powerpoint, Website etc.) eingereicht werden. Umfang und Format sind mit der/dem Tutor_in sowie der/dem Dozent_in abzustimmen.
4. Erwartete Gliederung der Inhalte:
 - Ausführung der Idee/des Konzeptes: In diesem Abschnitt sollen Sie die Bedeutung des gewählten Themas aufzeigen und die Leser an das Thema heranzuführen.
 - Übersicht zu den verwendeten Datengrundlagen (Quellen, Material, etc.)
 - Zielsetzung(en) der Arbeit: In diesem Abschnitt sollen Sie die Ziele der Arbeit ausweisen. Es werden die zentralen Fragestellungen formuliert und das Thema begründet eingegrenzt.
 - Methodisches Vorgehen, Leitfragen: Was sind die wichtigsten Schritte zur Zielerreichung? Welche notwendigen Daten werden erhoben? Welche Methoden und Vorgehensweisen werden im Zuge der theoretischen Themenbearbeitung und bei der Datenbeschaffung (z.B. Literaturrecherche, Dokumentenanalyse, Interviews, schriftliche Befragung) angewendet?
 - Darstellung und Erläuterungen zu den Resultaten: Was wurde mit der Arbeit erreicht?

Termine Projektarbeit

- Einreichung der Projektarbeit spätestens 8 Wochen nach der Präsentation bei: projektarbeit@museon.uni-freiburg.de oder auf der Lernplattform ILIAS in der entsprechenden Einreichung-Aufgabe des jeweiligen Semesters.
- Entscheid zur Verleihung des CAS - Zertifikates (10 CP): 12 Wochen nach Einreichung.
- Entscheid zur Verleihung des DAS - Zertifikates (30 CP): 16 Wochen nach Einreichung.
- Versand des Zertifikats per Post und per Mail spätestens 2 Wochen nach Entscheid zur Verleihung.

6.4. Fehlzeitenregelung

Es werden Fehlzeiten von 15-20 % in Bezug auf das Gesamtstudienvolumen toleriert. Bei Krankheit und Nichterscheinen zu Präsenzterminen wird eine Krankmeldung eingereicht, insbesondere zu Terminen, welche für die Projektarbeiten relevant sind.

Begründete Abwesenheiten an Onlinemeetings und Präsenzterminen werden den jeweiligen Tutor_innen per Mail rechtzeitig vorher kommuniziert.

6.5. Abmeldung vom Kurs

Eine Abmeldung vom Kurs ist unmittelbar zu Beginn des Kurses und nur in begründeten Ausnahmefällen möglich. Kurswechsel sind nach Rücksprache mit der Koordination möglich, sofern freie Plätze vorhanden sind.

KW 35	Einführung, Präsenz	KW 9	Einführung, Präsenz
KW 36-40	Teilmodul 1, 5, 9ff (je Modul)	KW 10-14	Teilmodul 1, 5, 9ff (je Modul)
KW 41-45	Teilmodul 2, 6, 10ff (je Modul) ← Präsenz KW 45	KW 15-19	Teilmodul 2, 6, 10ff (je Modul) ← Präsenz KW 19
KW 46-50	Teilmodul 3, 7, 11ff (je Modul)	KW 20-24	Teilmodul 3, 7, 11ff (je Modul)
KW 51-1	Winterpause	KW 25-29	Teilmodul 4, 8, 12ff (je Modul)
KW 2-6	Teilmodul 4, 8, 12ff (je Modul)	KW 30	Abschluss, Präsenz
KW 7	Abschluss, Präsenz	KW 31	CAS-Projektarbeit
KW 8	CAS-Projektarbeit	KW 32-34	Sommerpause
Wintersemester		Sommersemester	

8. Technische Voraussetzungen für das Onlinestudium

1. PC oder Laptop (Betriebssysteme Windows, Mac oder Linux)
2. Internetverbindung (empfohlen wird DSL 2000 oder schneller)
3. Einen gängigen aktuellen Browser
4. Flash Plug-In (zum Betrachten der Videos, E-Lectures und zur Teilnahme an den
5. Online-Meetings)
6. Adobe Acrobat Reader (zur Anzeige der PDF-Dokumente)
7. Head-Set (Kopfhörer mit Mikrofon mit USB-Anschluss)
8. Ggf. eine Webcam, um sich bei Online-Meetings live zuzuschalten.

9. Modulübersicht

9.1. Einleitung

Auf den folgenden Seiten erhalten Sie eine Übersicht über die Teilmodule, ihre Inhalte, Lernergebnisse, Lehrformen und Termine. Hier können Sie prüfen, ob das gewählte Thema gut in Ihren individuellen Studienplan passt und sich die Termine einrichten lassen.

Wir empfehlen Ihnen, nicht mehr als zwei Kurse parallel zu belegen, um den Lernaufwand berufsbegleitend realistisch zu halten.

1. Überblicken:

- Museumsethik
- Aufgabenbereiche im Museum
- ZUKunft der museen
- Das inklusive Museum
- Geschichte der Museen / Sammlungen
- Evaluationsmethoden

2. Sammeln:

- Sammlungskonzept und -strategie
- Inventarisieren und Dokumentarisieren
- Risikomanagement und Versicherung
- Sammlungsmanagement
- Verpackung und Transport

3. Ausstellen:

- Szenografie
- Ausstellungsplanung und -management
- Schreiben und Texten für Ausstellungen
- Ausstellungs-drehbuch / Interpretive Planning
- Objekte und Wissen

4. Vermitteln:

- Einführung Bildung und Vermittlung im Museum
- Museale Erzählwelten
- Besucherorientiertes Denken und Handeln
- Von der Ausstellung zum Programm
- Selbstbestimmter Museumsbesuch
- Erkenntnisgewinn statt Wissenvermittlung

- Edutainment
- Interkulturelle Vermittlung
- Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderatin
- Outreach-Programme

5. Vermarkten:

- Strategisches Marketing
- Urheberrecht
- Fundraising
- Dass Museum als Marke
- Öffentlichkeitsarbeit

6. Managen

- Administrative Strukturen
- Methodisches Museumsmanagement
- Finanzen und Haushalte
- Qualitätsstandards und Qualitätssicherung
- Kulturpolitik

7. Digitalisieren

- Digitale Medien in Ausstellungen
- eCulture: Partizipative Medien im Museum
- Digitale Objektdokumentation
- Digitale Sammlungsstrategien

9.2. Begleitkurs

Der Begleitkurs ist gemeinsame Grundlage für alle CAS/DAS-Studierende und Einzelkursteilnehmende eines Semesters. Der Präsenz-Auftakt ist nur für die CAS/DAS-Studierenden verpflichtend.

Modul	Begleitkurs	Lernaufwand	12,5-15h
Nr.	B1.1	Lehr-/Lernformen	Studienbrief, Präsentationen und Übungen auf ILIAS, Online-Meeting, Workshop
Durchführung	WS: KW 35 SS: KW 9	Online/Präsenz	50% / 50%
Modultyp	Pflichtmodul für CAS Teilnehmende Einführungs- und Begleitmodul	Online: Präsenz:	Für Alle Nur für CAS-Teilnehmende
Creditpoints	0,5		
Abstract	<p>Der Begleitkurs führt in die Arbeitsweisen im Rahmen des Weiterbildungsprogramms museOn ein. Lernmedien und -methoden werden vorgestellt, Inhalte zu den Themen Zeitmanagement, Projektarbeit und wissenschaftliches Arbeiten bearbeitet.</p> <p>In der Präsenzphase lernen Sie die anderen CAS-Studierenden für den nachfolgenden Online-Austausch kennen.</p> <p>Im Semesterverlauf dient der Begleitkurs als zentrale Plattform für Lern- und Arbeitshilfen, für die Betreuung der CAS-Studierenden und für die kursübergreifende Kommunikation mit allen Teilnehmenden.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – die Vorgaben zur Erlangung einer Teilnahmebescheinigung / eines Zertifikats – Prüfungsmodalitäten – die Funktionalitäten der Lernplattform – für sie wichtige Termine im Semester – Regelungen zu Fehlzeiten etc. <p>Die Teilnehmenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lernmaterialien auf der Lernplattform abrufen sowie die Werkzeuge der Plattform wie z.B. Wiki, Foren, Etherpad anwenden – ihre Woche so einteilen, dass ausreichend Lernzeit zur Verfügung steht. <p>Die Teilnehmenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> – ihre eigene Motivation, Lernerfahrung und das mögliche Lernverhalten kritisch zu untersuchen – mögliche Probleme und Defizite zu benennen – Lösungsstrategien zu formulieren 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung museOn 2. Lernplattform ILIAS 3. CAS-Projektarbeit 4. Zeitmanagement 5. Wissenschaftliches Arbeiten 		

9.3. Modul 1: Überblicken

Das Modul „Überblicken“ behandelt Querschnittsthemen, die an unterschiedlichen Positionen und Zeiten im Museum eine wichtige Rolle spielen und die als Gegenstand ständiger Reflexion in die tägliche Arbeit einfließen: Geschichte und Aufgabenbereiche im Museum, Ethik, Inklusion und das Nachdenken über die Zukunft der musealen Arbeit geben einen ersten Impuls dafür, das Museum der Zukunft selbst aktiv mitgestalten zu können.

Teilmodule:

- Museumsethik
- Aufgabenbereiche im Museum
- Zukunft der Museen
- Das inklusive Museum
- Geschichte der Museen / Sammlungen
- Evaluationsmethoden

Museumsethik

Einführung in die Problematik der Museumsethik. Überblick über die wichtigsten ethischen Implikationen musealer Tätigkeit. Die klassischen Museumsaufgaben und ihre Korrelation zur Museumsethik werden beleuchtet.

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25-30h
Nr.	M1.1	Lehr-/Lernformen	Textstudium, Bearbeitung von Fallbeispielen, Präsenzdiskussion
Durchführung	KW 26-40 / 10-14 Präsenz B	Online/Präsenz	80%/20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Quereinsteigende, Volontär_innen, Azubis, FSJ, Verwaltungsmitarbeitende, Technische Mitarbeitende, Facharbeitende
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	Das Teilmodul führt in die Problematik der Museumsethik ein und gibt einen Überblick über die wichtigsten ethischen Implikationen musealer Tätigkeit. Dies geschieht in Hinblick auf das persönliche Verhalten der Mitarbeiter aber auch zu den Voraussetzungen für die Museumsarbeit. Dabei werden die klassischen Museumsaufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln und ihre Korrelation zur Museumsethik beleuchtet.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - das Verhalten der Institution als Ganzes und jedes einzelnen Mitarbeiters zu reflektieren - ihr eigenes Verhalten und Tun zu beurteilen - Konsequenzen für ihr eigenes Verhalten und Tun zu analysieren - Argumente für auf ethische Überlegungen gegründete Forderungen an Museumsleitung, Kollegen, Trägereinrichtungen (Verwaltung und Politiker), Öffentlichkeit wiederzugeben 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführende Darstellung 2. Studium von Dokumenten 3. Fallbeispiele 4. Präsenzphase 		
Autoren	Dr. Werner Hilgers, Rheinisches Landesmuseum Bonn Dr. Christian Wacker, Universität Freiburg, museOn		

Aufgabenbereiche im Museum

Behandlung der fünf klassischen Aufgabenfelder (Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen, Vermitteln) im Museum sowie der Bereiche PR, Marketing und Management.

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25-30h
Nr.	M1.2	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Laborphase
Durchführung	KW 41-45 / 15-19 Präsenz B	Online/Präsenz	70% / 20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Quereinsteigende, Volontär_innen, Azubis, FSJ, Verwaltungsmitarbeitende, Technische Mitarbeitende, Facharbeitende
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Museen sind traditionelle Institutionen der Bildung und Forschung. Die zunächst drei klassischen Aufgaben der Museen: Sammeln, Forschen und Bewahren wurden Ende des 18. Jahrhunderts durch Präsentieren (Ausstellen) und Vermitteln erweitert. Bis heute hat sich das Museum auch zunehmend zu einem Dienstleister für Besucher und damit ein neues Verständnis entwickelt. Inzwischen gibt es über 20 Berufe in den Museen, deren Aufgaben sich mit dem Wandel der Gesellschaft und den stets neuen digitalen Möglichkeiten zunehmend ändern. Das Teilmodul behandelt die fünf klassischen Aufgabenfelder im Museum, die durch die Bereiche PR, Marketing und Management ergänzt werden. Das breite Spektrum der Berufe und deren Verbindungen zueinander werden angesprochen. Das Seminar ist ein Onlinemodul mit Selbstlernphasen, einem Museumsbesuch mit der Vorstellung der Abteilungen und einem abschließenden Test.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die wichtigsten Aufgabenbereiche und Berufe der Museen wiederzugeben - die geschichtliche Entwicklung dieser Aufgabenbereiche und Berufe, die zunehmende Bedeutung von bestimmten Aufgabenfeldern, deren heutige Anforderungen und Inhalte, sowie deren Bedeutungsverschiebung in der Gegenwart und Zukunft zu beschreiben - die Vernetzung der Aufgaben zu erläutern und ein Problembewusstsein für unterschiedliche Arbeitsbereiche zu entwickeln - zu erläutern, wie die Bereiche ineinandergreifen und nur als Team zu bewerkstelligen sind. - ein Organigramm zu entwickeln und Abläufe und Prozesse in einem Museum zu beschreiben. 		
Inhalt des Kurses	Überblick über alle Aufgabenbereiche im Museum und deren Besonderheiten		
Autorin	Dr. Ulrike Lehmann, ART COACHING und PR ORANGE		

Zukunft der Museen

Diskursive Auseinandersetzung über Zukunftsmodelle für Museen.

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25-30h
Nr.	M1.3	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Onlinemeetings, Abschlussdiskussion
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50 Präsenz C	Online/Präsenz	80% / 20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Überblicken, in allen Modulen belegbar	Zielgruppe	Personen, die strategische Positionen im Museum wahrnehmen wollen, bzw. die Zukunft der Museen aktiv mitgestalten wollen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	Der Kurs behandelt auf diskursive Weise verschiedene Zukunftsmodelle von Museen und lädt die Teilnehmenden dazu ein, für Ihre eigenen Museen Visionen zu entwickeln.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmende sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - aktuelle Debatten um die Zukunft der Museen (Positionen) zu schildern - Zukunftsmodelle / Konstruktionsmöglichkeiten von Zukunft in der Theorie wiederzugeben - Zukunftsperspektiven für zentrale Themenbereiche (Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Forschen) wiederzugeben und zu vergleichen - ein eigenes Zukunftsmodell für Ihr Haus / Ihre Arbeit zu entwickeln 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Zukunftsmodelle, Aktuelle Positionen zur Zukunft der Museen 3. Best Practice Analyse 4. Entwicklung eigener Modelle 		
Autor_innen	Sonja Thiel, Universität Freiburg, museOn Dr. Christian Wacker, Universität Freiburg, museOn		

Das inklusive Museum

Überblick über Richtlinien zu Barrierefreiheit und Inklusion; Einblicke in innovative Methoden und Entwicklungen zum inklusiven Museum.

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25 - 30h
Nr.	M1.4	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Lektüre, Erstellung von Checklisten, Abschlusspräsenz
Durchführung	KW 25-29 / KW 2-6 Präsenz C	Online/Präsenz	70% / 30%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Überblicken, in allen Modulen belegbar	Zielgruppe	Alle
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Museen als Freizeit und Bildungsorte sind auf dem Weg zu einer inklusiven Gesellschaft aufgefordert, Voraussetzungen für eine gleichberechtigte kulturelle Teilhabe aller Menschen zu schaffen. Dieser gesellschaftliche Auftrag setzt ein Umdenken innerhalb musealer Strukturen voraus.</p> <p>Im Seminar erhalten die Studierenden grundlegende Informationen zum Thema Barrierefreiheit und Inklusion im Museum. Sie erfahren anhand aktueller Projekte, Ausstellungen und Vermittlungsformaten innovative Methoden und Entwicklungen. Während der Präsenzphase testen sie durch den Einsatz von Simulationsmitteln einen Museumsbesuch mit körperlichen Einschränkungen und entwickeln auf der Grundlage der im Seminar erworbenen Kompetenzen gemeinsam ein Konzept für eine barrierefreie Themeninszenierung und begleitende Kommunikationsmaßnahmen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> die Begriffe „Barrierefreiheit“ und „Inklusion“ zu unterscheiden und zu erläutern die Voraussetzungen für Inklusion und Zugänglichkeit in Museen zu reflektieren politische und ethische Richtlinien zu interpretieren und wiederzugeben eine Bedarfsanalyse der diversen Zielgruppen durchzuführen Bedeutung, Möglichkeiten, Herausforderungen der inklusiven Bildung und Vermittlungsformate im Museum wiederzugeben aktuelle Maßnahmen, Entwicklungen und Methoden im Bereich der inklusiven Ausstellungsdidaktik und -gestaltung, Vermittlung (personell, digital) und Marketing zu beschreiben eine Checkliste für das inklusive Museum zu konzipieren die Relevanz von Netzwerken, Evaluationen und Ressourcen bei der Ausstellungsplanung und -Vermarktung wiederzugeben und diverse Kompetenzen innerhalb dieser Bereiche anzuwenden 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Begrifflichkeiten 2. Lektüre von Schlüsseltexten und aktuellen Publikationen 3. Best Practice Beispiele 4. Eigenstudium 5. Vertiefung und Diskussion in der Präsenzphase 		
Autorin	Angelika Zinsmaier, Städtische Museen Freiburg		

Geschichte der Museen und Sammlungen

Historische Voraussetzungen des Museums- und Ausstellungswesens: Prinzipien des Sammelns und Präsentierens werden im historischen Fokus reflektiert.

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25-30h
Nr.	M1.5	Lehr-/Lernformen	Studientext, Expertenvideos, vertiefende Lektüre, E-Test, Forumsdiskussion, Recherche und Präsentation
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen	Zielgruppe	Volontär_innen, Personen, die mit Sammlungen arbeiten oder sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	Das Modul widmet sich den historischen Voraussetzungen des Museums- und Ausstellungswesens: Damit wird ein Fundament gelegt, auf dem Prinzipien des Sammelns und Präsentierens reflektiert und die Entwicklung von Sammlungsstrategien (Bestandserweiterung, Einrichtung neuer Sammelgebiete, Sammlungs Aufbau) ermöglicht werden.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - verschiedene Strategien in vorhandenen Sammlungen zu identifizieren und zu bewerten. - die Potentiale von (eigenen / bzw. zu betreuenden) Sammlungen zu begründen - die historischen Kontexte (mit ihren jeweiligen Funktionen zwischen Erkenntnis, Repräsentation, Gelehrsamkeit und Bildung) auszuarbeiten - Möglichkeiten zu definieren, wie diese möglicherweise auch für den Besuchenden sichtbar gemacht werden können 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung: Historische Grundlagen des Sammelns und der Museen. Überblick (Video und vertiefende Lektüre, 7 Stunden) 2. Schlaglichter: Beispiele der Sammlungsgeschichte - Kunst- und Wunderkammern (Welterkenntnis). Kunstgalerien im höfischen Kontext (Repräsentation). Sammlungen nach kunsthistorischen Gesichtspunkten (Gelehrsamkeit und Bildung). Moderne Museen als Orte für Freizeit und Vergnügen (Freizeit und Vergnügen). 		
Autorinnen	Prof. Dr. Anna Schreurs-Morét, Angelika Eder M.A., Jennifer Trauschke M.A., Kunstgeschichtliches Institut, Universität Freiburg		

Evaluationsmethoden

Wiedergabe gängiger Evaluationsmethoden; Aufwand, Durchführbarkeit und Nutzen einer Evaluation für digitale Angebote; Ergebnisse und Qualität einer Evaluation einordnen

Modul	Überblicken	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M1.6	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Selbststudium, Lerncomic, 2 Online-Meetings, Case Studies
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45	Onlinemodul	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul Digitalisieren, auch belegbar in den Modulen: Ausstellen, Vermitteln, Managen	Zielgruppe	Alle
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	Digitale Angebote im Museum sind vor allem dann sinnvoll und nützlich, wenn sie zielgruppenspezifisch entwickelt wurden. Dies setzt im Vorfeld eine fundierte Kenntnis der Nutzer, ihrer Erwartungen und ihrer Bedürfnisse voraus. Für ein besucher- bzw. nutzerorientiertes Museum sind Evaluationen unumgänglich. Sie geben Aufschluss darüber ob die intendierten Ziele tatsächlich erreicht wurden oder ob noch Anpassungen notwendig sind und liefern damit eine Basis für Entscheidungen. Neben den altbewährten Methoden der empirischen Sozialforschung öffnen digitale Verfahren bisher ungeahnte, neue Möglichkeiten für die Besucherforschung, sowohl als Evaluationsverfahren, als auch als Untersuchungsgegenstand. In diesem Teilmodul werden die Grundlagen der gängigsten Evaluationsmethoden vorgestellt und deren Einsatz im Museum skizziert.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - Die gängigsten Evaluationsmethoden wiederzugeben. - Den Aufwand, die Durchführbarkeit und den Nutzen einer Evaluation für digitale Angebote einzuschätzen. - Die Ergebnisse einer Evaluation zu verstehen und die Qualität der Evaluation einzuordnen. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Besucherforschung 2. Methodik der Besucherforschung 3. Ablauf einer Evaluation 4. Quantitative Methode: Befragungen 5. Beobachtungen 6. Qualitative Methode: z.B. Leitfadengespräche 7. Digitale Daten 		
Autorin	Dr. Stéphanie Wintzerith, Evaluation für Kultureinrichtungen		

9.4. Modul 2: Sammeln

Eine der traditionell zentralen Kernaufgaben der Museums- und Ausstellungsarbeit ist das Sammeln. Gesammelt wurde bereits lange bevor die Institution Museum existierte und das Sammeln wird auch die Zukunft musealer Tätigkeit bestimmen, vertraut man aktuellen Umfragen und Diskussionen zum Thema.

So beschäftigen sich die Inhalte in diesem Modul mit den Wegen, die Objekte in Sammlungen führen, welche diese innerhalb der Sammlungen zurücklegen sowie deren Exkurse in fremde Sammlungen und Ausstellungen. Themen des Sammelns werden wissenschaftlich diskutiert, aber auch praxisorientiert gelernt. Konzepte und Strategien stellen Objekte in Sinnzusammenhänge und fordern Reflexionen über das Sammeln und Ent-sammeln schlechthin. Objekte müssen aber auch gemanagt werden. Standortverwaltung, Katalogisierung, Sicherheit, physischer Objektschutz, (digitale) Sichtbarkeit, Beforschung und gesellschaftliche Relevanz von Sammlungen sind nur einige Parameter, die das Feld des Sammelns bestimmen.

Teilmodule:

- Sammlungskonzept und -strategie
- Inventarisieren und Dokumentarisieren
- Risikomanagement und Versicherung
- Sammlungsmanagement
- Verpackung und Transport

Sammlungskonzept und -strategie

An den Schnittstellen musealer Leitbilder, kuratorischer und konservatorischer Erwägungen sowie Vermittlungsinteressen und Besucherservice sollten Sammlungskonzepte und Sammlungsstrategien angesiedelt sein.

Modul	Sammeln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M2.1	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Eigenarbeit, 2 Onlinemeetings
Durchführung	KW 36-40 / KW 10-14	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Ausstellen, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Kuratoren, Kustoden
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Grundkenntnisse «Sammlungstheorien», Grundkenntnisse Museumsentwicklung.
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Die Entwicklung und Umsetzung von Sammlungskonzepten und Sammlungsstrategien ist in vielen Museen zentral und eine Herausforderung, da insbesondere im 20. Jahrhundert enorme Sammlungsbereiche aufgebaut wurden und werden. Aufgrund ihrer Vielschichtigkeit etwa betreffend Fragen der Themenvielfalt oder neuer Materialien verlangen die Erarbeitung von Konzept und Strategie eine intensive, intellektuelle Auseinandersetzung.</p> <p>Das Teilmodul sensibilisiert theoretisch und praktisch hinsichtlich anfallender Fragen zu «Sammlungskonzept und -strategie», die sich aus dem Spannungsfeld von Museumsauftrag, kuratorischen Erwägungen, konservatorischen Bedingungen und dem Bedürfnis des Vermittelns bzw. dem Interesse der Besucher_innen ergeben.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen und befragen den Auftrag, der dem Museum oder der Sammlung ihrer Institution zugrunde liegt. – wissen um die Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen Auftrag (Geschichte des Museum, historische Herleitung), Sammlungskonzept (falls schriftlich vorhanden), Sammlungsstrategie (falls schriftlich vorhanden) und kann die unterschiedlichen Interdependenzen zu den Schnittstellen wie Kurator_innen, Konservator_innen und Vermittler_innen qualitativ benennen. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyse 2. Ethische Grundlagen ICOM 3. Potenzialität der Objekte 4. Erstellung eines Sammlungskonzeptes 		
Autor	Christof Kübler, Kunsthistoriker, freischaffender Kurator		

Inventarisieren und Dokumentieren

Der Weg des Objektes vom Sammlungseingang über seine Verortung bis hin zur Nutzung für das Museum wird kommentiert. Grundlagen zum Inventarisieren und Dokumentieren werden geschaffen.

Modul	Sammeln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M2.2	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Wikiarbeit, Lektüre, Peer Feedback, Online-Meeting
Durchführung	KW 41-45 / KW 15-19	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Personen, die mit Objekten und in musealen oder anderen Sammlungen arbeiten
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Museale Erfahrung mit Objekten
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	In diesem Modul wird die Aufnahme und Dokumentation eines Objekts in die Sammlungen eines Museums oder eine Sammlung dargestellt. Kriterien und die Art eines Erwerbs sowie die Dokumentation des gesamten Erwerbungsprozesses werden dargestellt. Die damit verbundene Dokumentation der Provenienz und deren Bedeutung werden erläutert.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmer sind in der Lage, ein Objekt nach Museumsstandards zu formal und visuell zu erfassen. Sie erstellen die notwendigen Objektakten und führen hierzu die vertraglichen, verwaltungstechnischen und finanzrelevanten Unterlagen zusammen zur vollständigen Dokumentation der Provenienz eines Sammlungsobjektes. Unterschieden werden hierbei die verschiedenen Erwerbungsarten und die damit zusammenhängenden unterschiedlichen Verfahrensweisen der Dokumentation.		
Inhalt des Kurses	Dokumentation als Kernaufgabe des Museums bzw. einer Sammlung und Grundlage der Arbeit mit Objekten im Rahmen von Ausstellungen und Leihverkehr. Veränderungen der Dokumentation durch den Einsatz von EDV-gestützten Datenbanksystemen. Von der klassischen musealen Dokumentation zur Informationsverwaltung intern und extern in Onlinedatenbanken in der modernen Informationsgesellschaft.		
Autor	Volker Thiel, Registrars Deutschland e.V., Haus der Geschichte, Bonn		

Risikomanagement und Versicherung

Risikodiagnose zu Sammlungsbeständen und deren Management stehen im Fokus dieses Kurses. Sensibilisierung zur Risikoerkennung und Methoden zur Risikovermeidung dienen dazu, Versicherungsleistungen zu minimieren.

Modul	Sammeln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M2.3	Lehr-/Lernformen	Filme, E-Lectures, Lektüre
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Verantwortungsträger, Registrare, Logistiker, Kuratoren und Ausstellungsmanager
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Inhaltlicher Schwerpunkt des Teilmoduls ist zunächst das Aufzeigen von Risikosphären und -kategorien sowie Haftungs-, Substanz-, Bewegungs- und stationären Risiken. Die Teilnehmer sollen an die Risikoerkennung und den Umgang mit jenem herangeführt werden. Abschließend werden konkrete Methoden zur Risikovermeidung bzw. -Minimierung vorgestellt.</p> <p>Jener erste größere Themenkomplex ergibt sich aus dem Kontext von Sammlungsbeständen; hinsichtlich Leihgaben befasst sich das Modul mit den Prinzipien der Risikogewichtung, zeigt verschiedene Möglichkeiten der Gefahrüberwälzung auf Versicherer auf und geht des Weiteren auf die Staatshaftung ein.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden haben im Laufe des Teilmoduls ein Gefühl für Risiken entwickelt, und sind in der Lage Risiken zu diagnostizieren. Sie kennen verschiedene Maßnahmen, angepasst auf die jeweilige individuelle Situation.</p> <p>Die Teilnehmenden kennen den Unterschied zwischen Haftungs- und Substanzrisiken sowie den Managementregelkreis für das Risikomanagements. Durch das im Teilmodul entwickelte Bewusstsein für Fallstricke und Hürden ist es den Teilnehmenden langfristig möglich, den Umgang mit versicherungstechnischen Themen in ihrer eigenen Einrichtung zu professionalisieren.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung, Risiko allgemein, Funktion der Marktteilnehmer; 2. Schritte der Schadensprüfung 3. Haftungsformen; museales vs. privates Sammeln 4. Schaden- und Unfallversicherung; Spartenentrennung 5. Allgefahrendeckung; Inhalt, Ausschlüsse, rechtlicher Rahmen 6. Stationär- vs. Bewegungsrisiken, Formen der Vermittlung und Beratung 		
Autor_innen	<p>Dr. Stephan Zilkens, Zilkens Fine Art Insurancebroker GmbH</p> <p>Christiane Röller, Zilkens Fine Art Insurancebroker GmbH</p>		

Sammlungsmanagement

Das strukturierte Vorgehen des Managements einer Sammlung steht in Fokus. Gutes Sammlungsmanagement ist auch Prozess der Demokratisierung, möglichst vielen möglichst viel zugänglich zu machen.

Modul	Sammeln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M2.4	Lehr-/Lernformen	Skript, Lektüre, Onlinemeeting, Forum, Film, Präsenz
Durchführung	KW 2-6- / KW 25-29 Präsenz C	Online/Präsenz	80% / 20% Präsenz
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Ausstellen, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Sammlungsmitarbeiter_innen Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Grundkenntnisse Dokumentation, Grundkenntnisse Projektmanagement
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Der Begriff „Sammlungsmanagement“ - in Abgrenzung zum Begriff des „Sammlungswesens“ soll ein analytisches und strukturiertes Vorgehen implizieren. Dabei soll es darum gehen, Geschäftsgänge, Abläufe, Workflows im alltäglichen Umgang mit Sammlungen und Sammlungsstücken in ihre Teilprozesse zu zerlegen, um diese auf ihre Potentiale und Risiken prüfen und gegebenenfalls neu ordnen und festlegen zu können. Weiterhin soll sich „Sammlungsmanagement“ auf die Notwendigkeit beziehen, bestehende Sammlungen durch ihre strukturierte Erschließung zu qualifizieren, ihren Wert für Wissenschaft und Museumsarbeit zu steigern und sie so einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es hat sich gezeigt, dass dadurch die Nachfrage nach Sammlungen und Ausstellungen steigt. Sammlungsmanagement bedeutet auch eine „Demokratisierung“ von Beständen, die bisher Kustoden und privilegierten Fachwissenschaftlern zugänglich waren und erhöht somit die Legitimation des betriebenen Aufwands gegenüber politischen Gremien und Entscheidungsträgern.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> - Kennen die Instrumentarien der Standardisierung und Dokumentation von Vorgängen und haben ein Bewusstsein für deren Notwendigkeit entwickelt - verstehen die Notwendigkeit der strukturierten Erschließung von Beständen, kennen die hierfür relevanten Instrumentarien und sind in der Lage dies in Zusammenhang mit der Wertsteigerung von Sammlungen zu bringen. 		
Inhalt des Kurses	Teil 1: Standortverwaltung: Ortsveränderungen von Objekten Teil 2: Retrospektive Dokumentation oder die Erschließung von Sammlungen Teil 3: Laborphase: Sammlungsmanagement im Zentralen Kunstdepot der Städtischen Museen Freiburg als Best Practice-Beispiel		
Autoren	Edgar Dürrenberger M.A., Städtischen Museen Freiburg Dr. Tilmann von Stockhausen, Städtischen Museen Freiburg		

Verpackung und Transport

Die räumliche Verlagerung von Kulturgütern produziert Risiken im Sammlungswesen. Diese können durch geeignete Verpackungs- und Transportverfahren verringert werden.

Modul	Sammeln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M2.5	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Lektüre, Online-meeting, Laborphase
Durchführung	KW 36-40 / KW 10-14 Präsenz B	Online/Präsenz	80% / 20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Sammlungsmitarbeiter_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Die Grundlagen der Qualitätssicherung sind bekannt
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Teilmodul vermittelt Informationen über die Ermittlung und Behandlung von Risiken im Zusammenhang mit der räumlichen Verlagerung von Kulturgütern. Es gibt einen Einblick in Verpackungs- und Transportaspekte als Entscheidungshilfe zur Risikominimierung durch die Wahl geeigneter Verfahren.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden kennen die Komplexität des Transportes von Kulturgütern und sind in der Lage ihre eigene Rolle und Verantwortlichkeit in diesem Kontext zu definieren.</p> <p>Die Teilnehmenden kennen die Risiken in Bezug auf den Transport von Kulturobjekten und haben ein Bewusstsein für die Möglichkeiten der Risikominimierung durch geeignete Verpackungs- und Transportverfahren.</p> <p>Die Teilnehmenden kennen Spezifika von Verpackungsmaterialien und deren Einsatz in verschiedenen Verpackungskontexten.</p>		
Inhalt des Kurses	1. Risikofaktoren, 2. Recht & Normen; 3. Prozesse und Risikobewertung; 4. Verpackung; Materialien und Verfahren; 5. Ladung und Transport		
Autor	Michael Golz, Hasenkamp Holding, Köln		

9.5. Modul 3: Ausstellen

Professionelles Präsentieren der Sammlung gehört zum Alltag der Museen. Gleichzeitig stellt das Ausstellen Kurator_innen, Restaurator_innen und Szenograph_innen vor enorme Herausforderungen, denen einerseits durch gute Planung, aber auch durch inhaltliche Reflexion des Mediums begegnet werden muss.

Im Modul Ausstellen geht es sowohl um Handwerkszeug als auch um eine gründliche Reflexion der Praxis des Ausstellens. Wie sieht eine professionelle Ausstellungsplanung aus, wie erstelle ich ein vollständiges Konzept und ein Drehbuch, was macht einen guten Ausstellungstext aus und wie strukturiere ich die Zusammenarbeit mit Gestaltern und anderen Dienstleistern? Auch theoretische Fragen der Ausstellungsebenen und Erzählbarkeit von Materieller Kultur sind Modulbestandteil.

Das Modul richtet sich an Mitarbeiter_innen aus kleineren Museen, wissenschaftliche Volontär_innen, sowie alle, die ihr Handwerkszeug im Ausstellen professionalisieren wollen.

Teilmodule:

- Szenografie
- Ausstellungsplanung und -management
- Schreiben und Texten für Ausstellungen
- Ausstellungs-drehbuch / Interpretive Planning
- Objekte und Wissen

Szenografie			
In der Szenografie wird konzeptionell mit dem Raum gearbeitet. Über gestalterische Elemente hinausreichend inszeniert der Szenograf Inhalte und Exponate und emotionalisiert Ausstellungserlebnisse.			
Modul	Ausstellen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M3.1	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Präsenz
Durchführung	KW 36-40 / KW 10-14 Präsenz A Präsenz B	Online/Präsenz	50% / 50%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Kurator_innen, Wissenschaftliche Mitarbeiter_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Dieses Teilmodul behandelt das Thema Szenografie, Inszenieren im Raum. Der Begriff der Szenografie stammt ursprünglich aus dem theatralischen Raum. Der Bühnenbildner war der Gestalter für die Inszenierung des Bühnenraumes. Durch die Erfindung des Bewegtbildes kam das Unterhaltungsmedium Film stärker in den Vordergrund. Der Bühnenbildner war mehr und mehr zuständig auch für die Inszenierung des filmischen Raums.</p> <p>In der heutigen Zeit hat sich das Feld der Szenografie geweitet. Das Spektrum reicht vom Theater und Film, freien Kunst, virtuellen Räumen und Installationen bis hin zu dem großen Feld der Ausstellungen und Museen sowie den Themen- und Markenwelten.</p> <p>Szenografie in Ausstellungen hat die Museumslandschaft sehr geprägt und verändert. „Szenografen sind die Generalisten unter den Gestaltern.“ (Uwe Brückner). Sie arbeiten konzeptionell mit dem Raum, der auch räumlichen Grafik, sämtlicher Medien, interaktiven Elementen und Inszenierungen mit Licht und Sound. Im Zentrum stehen aber immer die Inhalte und Exponate. Die Aura des Exponats steht weiterhin im Mittelpunkt und wird zum Leuchten gebracht. Der Besucher wird emotional angesprochen.</p>		
Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Teilnehmenden kennen die Bedeutung von Szenografie und der dazu relevanten Begriffe. - Die Teilnehmenden kennen verschiedene Techniken, drei-dimensionale, begehbare, narrative Räume zu schaffen oder die Schaffung derselben zu betreuen. - Die Teilnehmer setzen das Erfahrene in einem fiktiven Projekt um 		
Inhalt des Kurses	<p>Begriff</p> <p>Analyse einzelner Bausteine der Szenografie</p> <p>Einsatz von Szenografie in Ausstellungen</p>		
Autor	<p>Matthias Kutsch, Impuls design</p> <p>Vorsitzender Verband der Ausstellungsgestalter in Deutschland</p>		

Ausstellungsplanung und -management

Überblick über die unterschiedlichen Phasen einer Ausstellungsorganisation; Verknüpfung einzelner Entwicklungsbereiche mit anderen Abteilungen; Verständnis der Entwicklungsprozesse eines Ausstellungsprojekts und der organisatorischen Vorbereitung

Modul	Ausstellen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M3.2	Lehr-/Lernformen	Lernvideos, E-Lecture, Textarbeit, Modelle
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Vermitteln, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Ausstellungsmacher_innen, die ihre Arbeit professionalisieren wollen; Quereinsteiger, die im Ausstellungsbereich / Projektmanagement arbeiten wollen.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch/Englisch
Abstract	Eine professionelle Ausstellungsplanung ist die Voraussetzung dafür, dass eine Ausstellung umfassend erfolgreich sein kann. In dem Teilmodul wird das Handwerkszeug für diese Grundlagenarbeit vermittelt.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - unterschiedlichen Phasen einer Ausstellungsorganisation wiederzugeben - enge Verknüpfung einzelner Entwicklungsbereiche mit anderen Abteilungen zu benennen - die komplexen Entwicklungsprozesse eines Ausstellungsprojekts und die organisatorische Vorbereitung einer Ausstellung zu beschreiben - Planungs- und Steuerungselementen wie Zeit-, Personal- und Kostenplanung innerhalb der Projektorganisation eigenständig anzuwenden - Planungs- und Steuerungselemente in Form eines Projekt- und Terminplans als nutzbares Tool für ihre berufliche Praxis zu optimieren - ein virtuelles Ausstellungsprojekt zu entwickeln 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Ausstellungsplanung und Management 2. Praxis des Ausstellens. Planungsphase, Realisierungsphase, Aktionsphase, Abschlussphase 		
Autor_innen	<p>Fiona Hesse, Fondation Beyeler</p> <p>Dr. Ulf Küster, Fondation Beyeler</p>		

Schreiben und Texten für Ausstellungen

Ausstellungstexte und ihre Funktion im Rahmen der Museumskommunikation; Umgang mit Ausstellungstexten über theoretische Inputs, Beispiele, Anleitungen und Übungen

Modul	Ausstellen	Lernaufwand	30h
Nr.	M3.3	Lehr-/Lernformen	Skripte, Lerncomic, Texttypologien, Textverständlichkeitsmodelle Beispieltexte
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50 Präsenz B	Online/Präsenz	80% / 20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Vermitteln, Vermarkten, Digitalisieren	Zielgruppe	Ausstellungsmacher_innen, Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch/Englisch
Abstract	Das Teilmodul behandelt Ausstellungstexte in Museen, und die Frage, welchen Status und welche Funktion sie im Rahmen der Museumskommunikation innehaben. Inhaltlich geht es um Wissenstransfer, Kontextualisierung, Verständlichkeit, Lesbarkeit, Multimodalität, Medialität, Rhetorik und Stilistik, Textarbeit, Evaluierung etc. Die Teilnehmenden lernen den Umgang mit Ausstellungstexten über theoretische Inputs, Beispiele, Anleitungen und Übungen.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - Museumstexte sachgerecht, verständlich und zielgruppengerecht zu formulieren - Kriterien und Maßstäbe zur Beurteilung der Adäquatheit von Texten zu erläutern - die erlernten Textverständlichkeitsmodelle und Texttypologien zu bewerten - die Textverständlichkeitsmodelle und Texttypologien hinsichtlich der Anwendbarkeit in ihrem eigenen beruflichen Umfeld zu beurteilen - selbst Texte zu erstellen und/oder zu modifizieren. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Der Text im Text 2. „Lasst Objekte sprechen! – Aber bitte mit Kontext!“ Präsenz: Ausstellungssemiotik; Texte als Produkte; Textproduktion 3. Wissenschaftskommunikation als Kontinuum 4. Verständlichkeit – wozu und wie 5. Textstruktur: Gliederung (Makro), Formulierung (Mikro) 6. Stilistik, Rhetorik 7. Evaluierung von Texten 8. Selbststudium 		
Autoren	Dr. Werner Schweibenz, Bibliotheksservicezentrum Baden-Württemberg Dr. Michael Huter, Huter & Roth KG, Wien		

Ausstellungsdrehbuch / Interpretive Planning

Step-by-step documentation required to brief an exhibition design – the Interpretive Plan.

Modul	Ausstellen	Lernaufwand	25-30h
Nr.	M3.4	Lehr-/Lernformen	Video, E-Lecture, Wiki, Online-Meeting,
Durchführung	KW 2-6 / KW 25-29	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Vermitteln, Vermarkten	Zielgruppe	Personen, die an der Ausstellungsentwicklung beteiligt sind, Kurator_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Englisch
Abstract	This course guides you, step-by-step, through the documentation required to comprehensively and creatively brief an exhibition design – an Interpretive Plan (IP). It is based on a process developed over many years by cultural planning consultants Barker Langham.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihren Planungsprozess bei Ausstellungen zu optimieren - eine informative und umfassende Ausstellungsinformation für den Designer zu entwickeln - für die Entwicklung eines Ausstellungsdesigns die Visionen der Institution, die Zielgruppe des Museums, die amtlichen Ziele als auch die Kommunikationsziele zu beachten und zu reflektieren 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretation – bridging research and design 2. Project Brief – Understanding the purpose 3. Audiences – Knowing your Visitors 4. Story-telling – Mapping a Narrative Journey 5. Story-telling Tools – Developing a Media Palette 6. Spatial Considerations – Content and Container 7. Practical Realities – Budget, Programme and Operations 8. Collating the IP – Bringing it together 9. Briefing the Designer – A Creative and Critical Dialogue 10. From IP to Exhibit Design Briefs – Content Development 		
Autor	Eric Langham, Barker Langham		

Objekte und Wissen

Behandlung des zentralen Zusammenhangs zwischen Dingen und das durch sie vermittelte Wissens. Reflektiertes Bewusstsein von unterschiedlichen Formen des Umgangs mit Dingen und ihren verschiedenen Funktionen.

Modul	Ausstellen	Lernaufwand	25h
Nr.	M3.5	Lehr-/Lernformen	Video, Textarbeit, Audio, Forumsarbeit, Studententext
Durchführung	KW 10 - 14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Vermitteln, Digitalisieren	Zielgruppe	Personen, die sich intensiver mit dem Potenzial von Objekten beschäftigen wollen, wiss. Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch/Englisch
Abstract	<p>Das Teilmodul behandelt den für Museen und Ausstellungen zentralen Zusammenhang zwischen Dingen / Artefakten / Objekten und dem durch sie vermittelten oder generierten Wissen.</p> <p>Ziel ist ein reflektiertes Bewusstsein von unterschiedlichen Formen des Umgangs mit Dingen – als Wissensträger- oder generator und mit ihren verschiedenen autorisierten oder autoritativen Funktionen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wissensinhalte und Wissensformen zu beschreiben und zu bewerten – die Objekte in Form von Bedeutungen zu nennen und zu unterscheiden – Begriffe des Themenfeldes wiederzugeben – den Einfluss der Ausstellungs- und Museumsobjekte auf die Wissensvermittlung, Erfahrungen und Erlebnissen wiederzugeben und zu reflektieren – die Ausstellungs- und Museumsobjekte effektiv einzusetzen – den Konstruktionscharakter der Objekte und Objektszenarien, die im Museum zur Vermittlung verwendet werden, zu beschreiben – den Zusammenhang zwischen der Kontext- als auch Betrachterabhängigkeit und den verwendeten Objekten und Objektszenarien zu beschreiben und zu bewerten – die Möglichkeiten, Grenzen und Gefahren gelenkter Wissensvermittlung bzw. – generierung durch Objekte zu analysieren – das Spannungsfeld von „Materieller Kultur“ und „Kunstwerk im musealen Kontext“ wiederzugeben 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objektbeschreibung 2. Materielle Kultur 3. Das Objekt in neuen Perspektiven 		
Autor_innen	<p>Prof. Ralf von den Hoff, Universität Freiburg, Klassische Archäologie</p> <p>Tina Brüderlin, Städtische Museen Freiburg, Museum Natur und Mensch</p> <p>Jennifer Trauschke, Universität Freiburg, Institut für Kunstwissenschaften</p>		

9.6. Modul 4: Vermitteln

In der Positionierung musealer Berufsfelder zeigt sich, dass gute Museumsarbeit nur interdisziplinär funktionieren kann. Tätigkeiten in der Vermittlung bzw. Museumspädagogik erfordern die Bereitschaft intensiver Interaktion mit allen Bereichen musealer Arbeit. Vermittler stellen den Bezug her zwischen Besuchern und dem Objekt oder dem Ausstellungserlebnis, sie sorgen für die Mediation musealer Inhalte. Vermittlung als das in etymologischem Sinne „in der Mitte Befindliche“ definiert das Bindeglied zwischen Museum und der (demokratischen) Gesellschaft.

Museen als Orte der Reflektion, des Lernens und der Sozialisierung benötigen Vermittler, die sich im Idealfall den gesellschaftlichen Herausforderungen stellen. Themen der Inklusion, der Partizipation, der Interkulturalität, des Erkenntnisgewinns aber auch des Erlebens und der Unterhaltung spielen hier eine Rolle.

Teilmodule:

- Einführung Bildung und Vermittlung im Museum
- Museale Erzählwelten
- Besucherorientiertes Denken und Handeln
- Von der Ausstellung zum Programm
- Selbstbestimmter Museumsbesuch
- Erkenntnisgewinn statt Wissenvermittlung
- Edutainment
- Interkulturelle Vermittlung
- Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderatin
- Outreach-Programme
-

Einführung Bildung und Vermittlung im Museum

Der Kurs vermittelt Grundlagen der Museumspädagogik und setzt sich mit Grundbegriffen und Prinzipien der museumspädagogischen Arbeit auseinander.

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.1	Lehr-/Lernformen	Lektüre, E-Lecture, Wiki, Video
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Erste Erfahrungen in der Vermittlungsarbeit Lesekompetenz Englisch
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch / Englisch
Abstract	Was ist Museumspädagogik, Kulturvermittlung und Kulturelle Bildung? Wie hat sich die Bildungs- und Vermittlungsarbeit im Museum entwickelt? Wo stehen wir heute und was wird in Zukunft von dieser Disziplin erwartet? Am Beispiel konkreter Praxisfälle und bereits realisierter Projekte diskutieren Sie Arbeitsformen und Vermittlungskonzepte. Es soll verdeutlicht werden, wie methodisch differenziert Bildung und Vermittlung heute sein kann und welche Chancen für innovative Museumsarbeit sich daraus ergeben. Im Zentrum steht dabei die Frage nach Qualitätskriterien. Was zeichnet gute Vermittlungsarbeit aus? Was gibt es für Standards? Was ist messbar? Das Modul hat Impulsfunktion: Die Teilnehmenden erhalten Anregungen und Ideen für ihre eigene Arbeit und können so eine stärkere fachliche Profilierung gewinnen. Aufbauend auf dem Praxiswissen und den Theoriebausteinen werden die Teilnehmenden in die Lage versetzt, ein Vermittlungskonzept für ein Museum entwickeln zu können.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> – haben Kenntnis über die Grundlagen, die Entwicklung und aktuelle Diskurse in der Museumspädagogik. – kennen Qualitätskriterien, können sie definieren und sie für die eigene Bildungs- und Vermittlungsarbeit nutzbar machen. – haben Kenntnis von Bausteinen für ein eigenes Vermittlungskonzept. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Arbeitsfeld Bildungs- und Vermittlung im Museum 2. Grundlagen der museumspädagogischen Arbeit 3. Aspekte der sammlungsspezifischen Vermittlung und Formen der personalen und medialen Vermittlung 4. Diskurse, Qualitätskriterien und Vermittlungskonzepte, Zielgruppen 5. Erwartungen von (Nicht-)Besuchern und der Politik 		
Autorinnen	Antje Kayzers, TECHNOSEUM Mannheim; Bundesverband Museumspädagogik Dr. Maren Ziese, Willy-Brandt-Haus Berlin		

Museale Erzählwelten

Museen sind Orte des Erzählens. Erzählerische Strategien werden in der Vermittlung eingesetzt, um Inhalte näher zu kommen und diese zielgruppenspezifisch zugänglich zu gestalten.

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.2	Lehr-/Lernformen	Vorstellungs- und Erklärvideo Forum E-Portfolio Onlinemeetings
Durchführung	KW 15 - 19 / KW 41-45	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Digitalisieren	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprachkenntnisse
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch / Englisch
Abstract	<p>Museen sind Orte des Erzählens. Künstler_innen und Kurator_innen benutzen erzählerische Strategien in ihren Arbeiten, die Vermittlung setzt auf das Erzählen um Inhalte näher zu kommen und auch für die Wissenschaftler in musealen Forschungsabteilungen gehört die Erzählung zum Standardwerkzeug. Neue Medientechnologien und -Praktiken sowie die Veränderung des Selbstverständnisses vieler Museen beeinflussen das Erzählen im Museum. Die Kuratorin, die per Video Facebook ein Kunstwerk erläutert wird damit gleichzeitig zur Vermittlerin und zur Kommunikationsbeauftragten der Institution. Klassische Rollenverständnisse lösen sich auf, Kommunikationskanäle verändern und verschieben sich. All das hat eine große Auswirkung darauf, wie Museen heutzutage erzählen. Im Kurs geht es um Erzählung in zeitgenössischen Museumskontexten: Wie funktioniert das Erzählen, wie wird es im Museum eingesetzt, und wie gehen Museen mit den Erfordernissen zeitgenössischer Medien um? Anhand von Beispielen entwickeln wir gemeinsam Erzählwelten und Geschichten, die als Basis für eine strategisch ausgerichtete Vermittlung von Kommunikation von Museumsinhalten oder als Ausgangspunkt einer Ausstellung dienen können.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage, grundlegende Begriffe der Narratologie zu erläutern. – können erkennen und beschreiben, wie Museen in Ausstellung, Vermittlung und medialer Kommunikation erzählerische Mittel anwenden und wie diese strategisch einzuordnen sind. – sind in der Lage für eine museale Institution oder ein spezifisches Museumsprojekt (z.B. Ausstellung) eine Erzählwelt zu entwickeln und daraus spezifische Geschichten abzuleiten, die als Grundlage für eine Umsetzung (z.B. Ausstellung, Vermittlungskonzept, Kommunikation) dienen können. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Erzählwelten 3. Museum als Erzählraum 4. Erzählen in den Medien 5. Abschluss 		
Autor_innen	<p>Prof. Dr. Axel Vogelsang, Universität Luzern Rebecca Hagelmoser, Jelena Löckner, Narratool</p>		

Besucherorientiertes Denken und Handeln

Museen werden sich stärker an den Mechanismen des Marktes ausrichten müssen. Besucherorientierung bedeutet vernetztes Denken und Handeln. Was bedeutet kompetitives Marktverständnis für Museen?

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.3	Lehr-/Lernformen	Lektüre, E-Lecture, Filme, Onlinemeetings
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Museen stehen heute mit Einrichtungen aus dem gesamten Kultur- und Freizeitsektor in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit, das Zeitbudget und das Geld ihrer Besucher. Dies bedeutet, dass sich auch die oft als Non-Profit-Einrichtungen geführten Museen deutlich stärker an den Mechanismen des Marktes ausrichten müssen. Einen solchen Paradigmenwechsel erfolgreich und nachhaltig zu vollziehen, erfordert eine ganzheitliche Betrachtung des gesamten Museumsbetriebs.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen den einschlägigen Literatur-/Forschungsstand – entwickeln den Blick für kompetitives Marktverständnis – entwickeln ein umfassendes Qualitätsverständnis – stärken vernetztes Denken und Handeln sowie die analytischen Fähigkeiten bzgl. Besucherorientierung 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konzeption eines erweiterten Audience Development 2. Was ist ein ideales Museum? Analyse von Expert_innen-Interviews und eigene Feldforschung 3. Was sollen Museen heute wollen? 4. Beispiele gelungener und misslungener Zielgruppenansprache 		
Autor	Dr. Matthias Henkel, Freie Universität Berlin		

Von der Ausstellung zum Programm

In diesem Teilmodul wird ein Bewusstsein darüber entwickelt, dass Programme integrale Bestandteile der Ausstellungsplanung sein sollten. Checklisten für Ausstellungsprogramme werden entwickelt, Programme verschiedener Museen analysiert.

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.4	Lehr-/Lernformen	Video, E-Lectures, Skripte, Literatur, Wiki, Präsenz
Durchführung	KW 25-29 / KW 2-6 Präsenz C	Online/Präsenz	80% / 20%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten	Zielgruppe	Bildung & Vermittlung, Kurator_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Die Entwicklung und Umsetzung von Programmen und Begleitprogrammen ist integraler Bestandteil des Ausstellungswesens. Das Bewusstsein darüber, dass gelungene Programmgestaltung Teil der Ausstellungsplanung sein sollte, wird unter Berücksichtigung pädagogischer, administrativer und logistischer Parameter geschaffen bzw. vertieft. In diesem Teilmodul wird anhand des practice-Beispiels Archäologisches Museum Colombischlössle in Freiburg auf die Vielfalt an Vermittlungswegen aufmerksam gemacht, um darauf aufbauend Konsequenzen für die Ausstellungsdidaktik zu denken und Checklisten für Ausstellungsprogramme zu entwickeln. Welche Programme und Begleitprogramme sind denkbar und vor allem im Rahmen der eigenen Möglichkeiten (Größe des Museums oder der Ausstellung, Budget, Personal, pädagogische Intention etc.) auch umsetzbar?		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – haben ein Bewusstsein dafür entwickelt, dass die Konzeption von Ausstellungsprogrammen als integraler Bestandteil der Ausstellungsplanung anzusehen ist. – Kennen die Grundlagen zur Programmgestaltung einschließlich von Checklisten, welche die Konzeption von Programmen erleichtern. – Sind in der Lage, eine qualitative Beurteilung von Programmen vorzunehmen und damit Programmkonzeption und Durchführung zu verbessern. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vermittlungswege in der Ausstellung 2. Ausstellungsprogramme 3. Wege der Vermittlung 4. Erstellen von Ausstellungsprogrammen 5. Checkliste zu Ausstellungsprogrammen 		
Autor_innen	<p>Dr. Helena Pastor, Städtische Museen Freiburg</p> <p>Dr. Christian Wacker, Universität Freiburg, museOn</p>		

Selbstbestimmter Museumsbesuch

Möglichkeiten der Interaktion haben heute einen größeren Stellenwert gegenüber dem Genießen von Kultur. Menschen nutzen die Ressourcen von Museen, um für die persönliche Entwicklung zu profitieren.

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.5	Lehr-/Lernformen	Onlinemeeting, E-Lectures, Forum, Lektüre
Durchführung	KW 15-19 / KW 36-40	Online	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Kulturmanager_innen, Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch und Englisch
Abstract	<p>Im Zeitalter des www fordert der Einzelne zunehmend selbstbestimmte kulturelle Erfahrungen ein, in denen die Möglichkeit zur Interaktion und Kreativität einen höheren Stellenwert gegenüber dem Genießen von Kultur einnimmt. Das Internet verändert die Beziehungen von Besucher_innen zueinander und deren Umgang mit Wissen und kulturellem Erbe. So wird die Zukunft der musealen Arbeit weniger darauf fixiert sein was Menschen für die Institution tun können als darauf was Menschen für ihre eigene Entwicklung tun können, indem sie die Ressourcen der Institutionen nützen. Die Folge ist die Nachfrage nach Kulturangeboten, die mehr auf die Bedürfnisse Einzelner und einzelner Interessengruppen eingehen. So wird eine der zukünftigen Kernaufgaben von Museen sein, Kulturangebote zu schaffen, die sowohl individuelle, sinnvolle Erfahrungen ermöglichen, als auch die Chance der Vernetzung bieten. Es wird um die Rahmenbedingungen der Wissensproduktion gehen und die damit verbundenen Transformationsprozesse innerhalb der Kulturorganisationen sowie die daraus sich ergebenden persönlichen Herausforderungen denen sich Museumsschaffende zukünftig gegenübersehen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – können Kulturwandelprozesse und die dafür notwendigen Transformationsprozesse einordnen – sind in der Lage die veränderten Erwartungen des Publikums zu benennen – können Rahmenbedingungen verschiedener Formen der Wissensproduktion beschreiben – entwickeln ein Bewusstsein für Bedürfnisse von Besucher_innen und können dialogische Prozesse für verschiedene Zielgruppen initiieren – können Transformationsprozesse für ein nutzerzentriertes Museum bestimmen – erhalten einen Überblick über Methoden des nutzerzentrierten Designs – sind in der Lage, die Moderatorenrollen der Vermittler_in einzuordnen 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kulturwandel 2. Motivation der Besucher_innen 3. Wissensproduktion 4. Dialog schaffen und Umbau zum Nutzerzentrierten Museum 5. Methoden und Moderation 		
Autorin	Sabine Jank, szenum Berlin		

Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung

Strategien aus der Kunst, Ästhetischer Forschung und Dialogischer Kunstvermittlung; Öffnung der Vermittlungsformate zur Aktivierung der Besucher_in, denn Partizipation/Handeln ist nicht gleichbedeutend mit Erkenntnisgewinn

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.6	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Konzeption einer Vermittlungseinheit, Präsenz
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45 Präsenz B	Online/Präsenz	75% / 25%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Partizipation ist im Museum angekommen. Handeln ist jedoch noch nicht gleichbedeutend mit Erkenntnisgewinn. Es stellt sich also die Frage, wie Erkenntnisgewinn, eine Aktivierung und Veränderung der Besucherin und des Besuchers erreicht werden kann. Im Teilmodul lernen die Studierenden verschiedene Positionen kennen, welche sich um eine Öffnung der Vermittlungsformate bemühen und erfahrungsbasierte, individuelle oder ästhetische Zugänge zu den Inhalten eröffnen. Mit Ansätzen aus der Kunst(vermittlung), der Ästhetischen Forschung und der Dialogischen Kunstvermittlung erstellen die Studierenden ein Konzept für eine Vermittlungseinheit, die im Plenum erprobt und diskutiert werden kann.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage sich kritisch mit aktueller Vermittlungsarbeit in Museen auseinanderzusetzen und eigene Erfahrungen und Vorstellungen zu reflektieren. – kennen Positionen der Ästhetischen Forschung und der – Dialogischen Vermittlung – haben ein Konzept für eine Vermittlungseinheit entwickelt, welche in Idee und konkreter Ausführung Bezug auf behandelte Positionen nimmt 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung: (Kunst)Vermittlung in Museen 2. Positionen Ästhetische Forschung und Dialogische Kunstvermittlung 3. Entwicklung eines eigenen Konzeptes 4. Präsentation (Präsenz) 		
Autorin	Julia Hefti, Vitra Design Museum		

Edutainment			
Was ist Edutainment? Warum und wie werden populäre, unterhaltende und erlebnisorientierte Formate in Museen integriert?			
Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.7	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Filme, E-Portfolio, Onlinemeeting / Wiki
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten	Zielgruppe	Bildung und Vermittlung Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Sprachkompetenz Englisch
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Englisch
Abstract	<p>This course explores the concept of Edutainment, tracing its evolution through the history of museums and interrogating its relevance – and possible application – to the museum of the future.</p> <p>This course will help you understand why and how you should be creating popular, entertaining, fun experiences in your museum.</p>		
Lernergebnisse	By weaving together academic discourse with industry benchmarks, it provides a unique analysis of Edutainment – or “playful learning” – to help foster your critical assessment skills with regards to museums and exhibitions.		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. What is Edutainment? 2. Fun Palaces 3. Hard Fun – challeinging not overwhelming 4. Film as Edutainment 5. The Edutainment Tool Box 6. Reeinvention of Edutainment 7. The Future 		
Autor	Eric Langham, Barker Langham		

Interkulturelle Vermittlung			
Konzepte der interkulturellen und diversitätsorientierten Vermittlung für den Museumsbereich			
Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4,8	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Lektüre, Gruppenarbeit, Präsenz
Durchführung	KW 2-6 / KW 25-29 Präsenz C	Online/Präsenz	80% / 30%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Bildung & Vermittlung, Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Texte müssen gelesen werden
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Die Frage nach Interkulturalität und Vielfalt an Museen wird breit diskutiert. Um Diversität in Programm und Personal zu ändern, wird von der produktiven Nutzung der kulturellen Vielfalt gesprochen und Diversität als Slogan genutzt. Das Diversity Konzept wird als Weiterentwicklung des interkulturellen Ansatzes verstanden, der es erlaubt, die Annahmen über die Bedeutung kultureller Zugehörigkeiten und Unterschiede kritisch zu dekonstruieren. D.h. bei dem Thema ist es wichtig, auch die Machtverhältnisse und Abhängigkeiten mit ins Bewusstsein zu rücken. Das Modul beleuchtet Interkulturalität und Diversität als Konzepte und gibt einen Einblick in den Grad der Vielfalt im Museumsbereich. Neben fachlichen Perspektiven werden Erkenntnisse und Belange aus der Vermittlungspraxis sowie der daraus resultierende Fortbildungsbedarf behandelt. Was leistet die Vermittlungsarbeit derzeit wirklich für eine kulturelle Teilhabe aller, d.h. für eine interkulturelle Verständigung und Einbeziehung von diversem Publikum und Personal? Wie viel kulturelle Vielfalt braucht ein Museum, um aktuelle gesellschaftliche Fragen zeitgemäß bearbeiten zu können? Braucht es Quoten im Museum oder eine neue Kulturpolitik? Wie können WIR das Museum diverser gestalten? Das Modul zeigt Möglichkeiten und Modelle für eine Überführung in die eigene Praxis, spart aber auch die Herausforderungen und blind spots nicht aus. Hier setzt vor allem die Selbstreflexion und Sensibilisierung für rassistuskritische und diskriminierungssensible Vermittlungsarbeit an.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – erhalten Wissen über unterschiedliche fachliche Perspektiven auf das Thema – kennen Handlungskonzepte und Vernetzungsmöglichkeiten – sind in der Lage zur Selbstpositionierung 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in die Diskurse 2. Förderstrukturen 3. Fallstudien; Handreichungen und Leitfäden 4. Identitätspolitik und Selbstsensibilisierung 5. Museumsanalyse 		
Autorin	Dr. Maren Ziese, Stiftung Genshagen, Kunst- und Kulturvermittlung in Europa		

Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation

Besucherorientierung statt Organisationsorientierung; Besuchergruppen beteiligen und sich gegenüber deren Bedürfnissen öffnen; Dialogkultur initiieren; mit den Menschen gestalten

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.10	Lehr-/Lernformen	Onlinemeetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase
Durchführung	KW 15-19/ KW 41-45 Präsenz B	Online/Präsenz	75% / 25%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Kulturmanager_innen, Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch und Englisch
Abstract	<p>Aktuell verändern sich die Erwartungen der Nutzer im Kontext kultureller Aktivitäten. Nutzer_innen, besonders die Jüngeren, fordern dialogische und partizipative Formate im Rahmen von Kunst und Kultur. Dies bedeutet für Institutionen ein Mehr an Besucherorientierung statt Organisationsorientierung. Konkret müssen sie, neben ihren üblichen aus der bürgerlichen Mitte stammenden Besuchergruppen neue und unterschiedliche Besuchergruppen beteiligen und sich gegenüber deren Bedürfnissen und Interessen öffnen. Eine der zentralen Herausforderung wird sein, eine Dialogkultur zu initiieren, die einen Mehrwert für alle Beteiligten schafft. Zentral stellen wir die Frage, wie sich das Museum der Zukunft im progressiven Sinne mit den Menschen gestalten kann? Dazu vergleichen wir herkömmliche Konzepte der Vermittlung mit modernen, zukünftigen dialogischen Konzepten, stellen Modelle und Stufen der Partizipation vor, sensibilisieren für Stakeholder und diskutieren die für eine nachhaltige Partizipation notwendigen Transformationsprozesse. Abschließend führen wir Sie im Rahmen eines Planspiels in die Prozessgestaltung für Teilhabeformate/partizipative Prozesse ein und vermitteln Ihnen Kompetenzen in der dafür notwendigen Methodik.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Unterschiede von herkömmlichen Konzepten der musealen Vermittlung und aktuell dialogischen Konzepten der Innovationskultur – haben ein Verständnis für die Entwicklung partizipativer Ansätze entwickelt und kennen den aktuellen Diskurs sowie gängige Partizipationsmodelle und -formate – sind in der Lage Zielgruppen, Rahmenbedingungen und Konsequenzen partizipativer Prozesse zu identifizieren. – sind sich der Potentiale sowie der gruppenspezifischen Prozesse als Voraussetzung für gelingende Partizipation bewusst. – sind in der Lage ein Teilhabeformat modellhaft mit den dafür notwendigen partizipativen Methoden zu entwickeln. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partizipative Modelle, Begriffe 2. Organisationskultur 3. Sensibilisierung für Stakeholder 4. Prozesse, Methoden, Prototyp 		
Autorinnen	<p>Sabine Jank, szenum, Berlin</p> <p>Angelika Zinsmaier, Städtische Museen Freiburg</p>		

Outreach – Programme

Einblick in theoretische Grundlagen und Best Practice Modelle von Outreach; Einblicke in typische Phasen des Beteiligungsprozesses; Rollen und Möglichkeiten der Museen im Kontext von Outreach Programmen

Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M4.12	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Wiki, E-Lecture, Onlinemeetings, Präsenzphase
Durchführung	KW 2-6 / KW 25-29 Präsenz C	Online/Präsenz	75% / 25%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch und Englisch
Abstract	<p>Interesse, Verständnis, Engagement und Teilhabe der vorhandenen wie auch der potenziellen Publika rücken ins Zentrum kultur- und gesellschaftspolitischer Aufmerksamkeit. Entsprechend stehen Besuchende in ihren sozio-demografischen und milieuspezifischen Differenzierungen, mit Bildungsansprüchen, Erwartungen, Bedürfnissen und Entwicklungsmöglichkeiten immer mehr im Mittelpunkt musealer Praxis. So scheint es nur logisch, dass Museen immer häufiger museumsfernes Publikum mit ihren Inhalten erreichen möchten. Mit Outreach erwirbt das Museum die Kompetenz, Beziehungen auf Augenhöhe auch zum nichtwissenschaftlichen Umfeld aufzubauen und die Chance zur Aktualisierung ihrer überlieferten Dingwelt. Das Modul „Outreach“ gibt Einblick in theoretische Grundlagen und Best Practice Modelle von Outreach. Es werden verschiedene Formen der Motivation Outreach-Programme durchzuführen diskursiv behandelt. Sie erhalten Einblick in typische Phasen eines Beteiligungsprozesses werden für eventuelle Veränderungsprozesse innerhalb ihrer Institutionen sensibilisiert und erlangen im Rahmen einer Präsenzphase Fähigkeiten und Methodenkompetenz, die sie für die Aufgabe der Moderator_in von Beteiligungsprozessen sensibilisieren. Abschließend werden neue Rollen und Möglichkeiten der Museen im Kontext von Outreach Programmen diskutiert.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die theoretischen Grundlagen und Best Practice Modelle von Outreach Strategien - können Aufwand, Personaleinsatz und Zukunftsperspektiven für Outreach Programme einschätzen und haben sich mit verschiedenen Motivationen der Museen bzgl. Outreach auseinandergesetzt. - sind für notwendige Change-Prozesse (Organisationskultur) im Kontext von Outreach-Programmen sensibilisiert - kennen die typischen Phasen eines Beteiligungsprozesses - kennen die Fähigkeiten und Methoden eines Moderators und sind in der Lage, die passende Methoden für ein individuelles Programm auszuwählen 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Best Practice Modelle 2. Motivation der Museen 3. Rahmenbedingungen 4. Methodenkompetenz 		
Autorinnen	<p>Sabine Jank, szenum Berlin</p> <p>Sonja Thiel, museOn, Universität Freiburg</p>		

9.7. Modul 5: Vermarkten

Der Grundgedanke des Marketings ist die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes. Diesem Grundsatz folgend sollte auch ein Museum zur Marke werden, wenn es besucherorientiert seine Angebote auf dem kulturellen „Markt“ positionieren möchte. Viele Museen verfügen heute über ein corporate design, einige auch über eine corporate identity. Was aber bedeutet es, die Heterogenität der Museumsarbeit solchen Vorgaben unterzuordnen? Können bereits einzelne Bausteine einer solchen Identität wegweisend für die Positionierung von Museen in der Gesellschaft sein?

Marketing auch im Museum sollte strategisch gedacht werden, weshalb unterschiedliche Parameter je nach Größe, Ausrichtung, Spezialgebieten, Förderstruktur und Betreiber von Museen von Belang sind. In diesem Modul werden deshalb Angebote gemacht, spezifische museale Aufgaben im Bereich Vermarkten zu reflektieren und diese für die Museumsarbeit verfügbar zu machen.

Teilmodule:

- Strategisches Marketing
- Urheberrecht
- Fundraising
- Dass Museum als Marke
- Öffentlichkeitsarbeit

Strategisches Marketing

Museen konkurrieren heute mit unterschiedlichen Freizeit- und Kultureinrichtungen. Marketingkonzeptionen werden als strategisches Management im Museum vorgestellt, wodurch eine Grundlage zum Thema Vermarkten gelegt wird.

Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M5.1	Lehr-/Lernformen	Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen	Zielgruppe	Quereinsteiger, Verantwortliche, Volontäre, Verwaltungsmitarbeiter, Pressereferenten, Kuratoren
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Arbeitsfeld Marketing in Museen ist im Vergleich zur Historie der Museen noch sehr jung. Erst seit etwa 10 Jahren setzt sich Marketing in Museen erst langsam durch. Dabei ist es ein besonders wichtiges und notwendiges Tool, um ein Museum in seiner Besonderheit und in seinen Angeboten besonders herauszustellen. Durch die Entwicklung der Gesellschaft zur Freizeitgesellschaft sind Museen in einem stark konkurrierenden Umfeld vieler Anbieter und Einrichter im Freizeit- und Kulturbetrieb. Museen müssen mit strategischem Marketing Position beziehen, neue Zielgruppen erschließen, bekannt machen und bleiben. Heute steht der Besucher im Zentrum der Museumsarbeit. Wie ein Unternehmen muss das Museum sich um seine Kunden bemühen und deren Wünsche, Anforderungen und Erwartungen einbeziehen. Marketing ist allein nicht mehr nur mit Werbung gleichzusetzen, wenngleich der Spruch „Wer nicht wirbt, der stirbt“ heute mehr denn je für Museen gilt. Marketing ist ganzheitliches und ein strategisch-operatives Management. Das Teilmodul wird die Marketingkonzeption als strategisches Vorgehen vorstellen.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die kurze Historie der Marketinggeschichte, Fachbegriffe des Marketings und Best Practice-Beispiele von Museen als Marke sowie das aktuelle Feld des Online-Marketings. – Sind in der Lage die Planung einer strategischen Konzeption von Marketing mit den Inhalten Analyse, Ziele und Zielgruppen, Strategie und Marketing-Mix wiederzugeben. - haben ein Verständnis für die Umsetzung der Marketing-Planung und sind in der Lage diese im Alltag anwenden. – Haben ein Verständnis für Marketing entwickelt und sind in der Lage Ansätze daraus in ihrer eigenen Arbeit zu integrieren 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Best Practice Beispiele 2. Von der Wirtschaft lernen 3. Marketing als ganzheitliches Management 4. Onlinemarketing und Abschluss 		
Autorin	Dr. Ulrike Lehmann, PR ORANGE		

Urheberrecht

Überblick über das deutsche Urheberrecht; Funktion und der Anwendungsbereich des Urheberrechts; Urheberrechtsgesetz im Museumskontext;

Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25 h
Nr.	M5.2	Lehr-/Lernformen	Video, E-Lecture, Lektüre, Forumsdiskussion, Multiple Choice Test
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen	Zielgruppe	Verantwortungsträger_innen, Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englischkenntnisse, insbesondere Hörverständnis
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Teilmodul gibt im Rahmen von vier Themeneinheiten einen Überblick über das deutsche Urheberrecht.</p> <p>Zunächst werden die Funktion und der Anwendungsbereich des Urheberrechts erläutert.</p> <p>Anhand des UrhG werden die geschützten Werkarten, die Ausschussrechte von Urhebern und deren Schranken vorgestellt.</p> <p>Mit den Teilbereichen Urhebervertragsrecht und CC-Lizenzen lernen die Teilnehmer sodann den Umgang als Nutzer mit urheberrechtlich geschützten Werken.</p> <p>In dem Teilmodul wird der Umgang mit der Urheberrechtsgesetz insbesondere anhand von Beispielen aus dem Museumskontext erlernt.</p> <p>Auch bei der Vermittlung der Inhalte werden hauptsächlich die Regelungen besprochen, die für die Museumsarbeit relevant sind, insbesondere im Bereich der Schrankenregelungen im UrhG.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden haben ein Problembewusstsein für Urheberrechtsfragen aufgebaut. Sie haben ein Grundverständnis für rechtliche Fragen und deren Einordnung entwickelt. Die Teilnehmenden sind in der Lage Gesetzestexte aus dem Bereich Urheberrecht zu lesen, auszulegen, zu verstehen und anzuwenden.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Deutsche Urheberrecht 2. Das Urheberrechtsgesetz 3. Das Urhebervertragsrecht 4. CC-Lizenzen 		
Autorinnen	<p>Eva-Maria Bauer</p> <p>Franziska Brinkmann,</p> <p>Zentrum für Angewandte Rechtswissenschaft am Karlsruher Institut für Technologie</p>		

Fundraising			
Was ist unter Fundraising zu verstehen? Formen der Geldbeschaffung; Instrumente des Fundraising; Evaluation von Fundraising-Programme; Empfehlungen zur Weiterentwicklung bestehender Fundraising-Programme			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M5.3	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Onlinemeetings, Etherpad
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Managen	Zielgruppe	Abteilung Fundraising/Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Teilmoduls „Fundraising und Sponsoring“ beleuchtet das Phänomen des Fundraising durch nicht-erwerbswirtschaftliche bzw. gemeinnützige Organisationen. Welche Organisationen dürfen überhaupt Fundraising betreiben? Was sind die wichtigsten Formen der Geldbeschaffung und wie hat sich das Verständnis des Fundraising über den Verlauf der Zeit entwickelt? Wichtiges Thema ist der Prozess des Fundraising. Hierbei werden entsprechend einer Konzeption von Worth (2016) folgende sechs Prozess-Schritte berücksichtigt: (1) Festlegung von Prioritäten und „Case for support“, (2) Identifikation und Bewertung der Spender, (3) Pflege der Beziehung zu den Spendern, (4) Einwerben der Spende, (5) Bestätigung der Spende und Anerkennung der Spender sowie (6) Treuhänderisches Verwalten der Spende / Transparenz schaffen. Außerdem geht es um Determinanten des Verhaltens privater Spender. Darüber hinaus werden unterschiedliche Ansätze der Segmentierung von privaten Spendern präsentiert. Zuletzt wird Crowdfunding als besondere Formen des Fundraising thematisiert. Die Themeneinheit schließt mit der Darstellung der sogenannten „Campaign“-Methode, welche ein integratives Konzept des operativen Fundraising darstellt.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – können wiedergeben, was unter Fundraising zu verstehen ist – kennen Formen der Geldbeschaffung sowie Instrumente des Fundraising. – können den Prozess des Fundraising strukturiert darstellen und die Prozessschritte anwendungsbezogen mit eigenen Inhalten und Ideen füllen. – sind in der Lage bestehende Fundraising-Programme zu evaluieren und darauf aufbauend Empfehlungen zur Weiterentwicklung bestehender Fundraising-Programme zu entwickeln. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevanz, Formen der Geldbeschaffung und Entwicklungslinien 2. Der Fundraising-Prozess 3. Spenderverhalten und -segmente 4. Besondere Formen der Geldbeschaffung und die „Campaign“-Methode 5. Entwicklung einer Skizze eines Fundraising-Programms (Entwicklung neuer Methoden) 		
Autor	Prof. Dr. Jörg Lindenmeier, Universität Freiburg		

Das Museum als Marke

Definition des Marken-Begriffs in Zusammenhang mit der strategischen Kommunikation für Museen; Markenbildung als ganzheitlicher Prozess innerhalb des Museumsbetriebs

Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M5.4	Lehr-/Lernformen	Lernvideos, Onlinemeetings, Online-Interaktionen
Durchführung	KW 25-29 / KW 2-6	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen, Digitalisieren	Zielgruppe	Öffentlichkeitsarbeit Verantwortungsträger_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Thema Museum als Marke erscheint nur auf den ersten Blick fremd, weil insbesondere durch die meist öffentliche Trägerschaft marktwirtschaftliche Führungsprinzipien im Kultursektor eher selten greifen.</p> <p>Bei näherer Betrachtung – und einem umfassenden Ansatz, der hier im Folgenden vertreten wird –, liegt es jedoch ausgesprochen nahe, ein Museum als Marke zu führen, zu gestalten, zu entwickeln, zu präsentieren und zu kommunizieren. Dabei geht es nicht in erster Linie darum, Umsätze zu steigern, sondern dass inhaltlich-konzeptionelle Erscheinungsbild des Museums – das heißt das Profil – strategisch zu entwickeln.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden kennen die Definition des Marken-Begriffs in Zusammenhang mit der strategischen Kommunikation für Museen. Sie kennen relevante Literatur.</p> <p>Sie sind in der Lage, die Markenbildung als ganzheitlicher Prozess innerhalb des Museumsbetriebs zu verstehen und kennenden Baukasten der Markenbildung.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Marke 2. Esch, Wallace, Meffert, John, Holt und Co. 3. Sammeln – Bewahren – Erforschen – Präsentieren – Vermitteln. 4. CD [Corporate Design], CC [Corporate Communication], CI [Corporate Identity], CA [Corporate Architecture], CB [Corporate Behaviour] 5. Tate, MoMA und Co 		
Autor	Dr. Matthias Henkel, Freie Universität Berlin		

Öffentlichkeitsarbeit

Darunter wird nicht nur klassische Pressearbeit verstanden, sondern ein strategisches Werkzeug zur zielgruppengerechten Ansprache: vom Erstellen von Presstexten über PR-Aktionen und das Erarbeiten von Kommunikations- und Werbemitteln.

Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M5.5	Lehr-/Lernformen	Online, 2 Onlinemeetings
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen	Zielgruppe	Abteilung Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit ist für Museen und kulturelle Einrichtungen unverzichtbar. Dabei richtet sie sich nicht nur an die Medien im Sinne der klassischen Pressearbeit sondern auch an alle anderen Bezugsgruppen der jeweiligen Institution. Im Fokus der Öffentlichkeitsarbeit von Museen befinden sich Print- und online-Medien, Radio- und Fernsehsender sowie Trägerorganisationen, Förderer und politische Entscheider. Zunehmend an Bedeutung gewinnen die direkte Ansprache der Besucher sowie der Auftritt der Häuser in sozialen Medien. Im Seminar erhalten die Studierenden grundlegende Informationen zur Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen. Darüber hinaus vermittelt das Modul Basiswissen zum Erstellen von Presstexten, zur Zusammenstellung von Pressemappen analog wie digital, zum Aufbau und zur Pflege von Medienkontakten, zur Organisation und zum Ablauf von Pressegesprächen oder -konferenzen sowie für langfristige Kampagnen und zur Imagebildung. Checklisten und Handlungsempfehlungen werden gemeinsam entwickelt und anhand konkreter Beispiele überprüft. Dabei werden die Tätigkeitsfelder der Teilnehmer bewusst eingebunden.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presstexte und -meldungen zu erstellen - Bezugsgruppen zu analysieren und spezifisch anzusprechen - die eigene Medienlandschaft zu analysieren und auf Grund dessen einen strukturierten Presseverteiler zu erstellen - Kommunikations- und Werbemittel zu erstellen - eine PR-Strategie samt Zeitplan zu entwickeln - Checklisten für PR-Aktionen, Pressekonferenzen zu konzipieren - den Erfolg von PR-Maßnahmen zu bewerten 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Begriffsbestimmung Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit, public relations 2. Lektüre und E-Lectures 3. Basiswissen: Presstext, Pressemeldung, Öffentlichkeitsarbeit, Zielgruppenansprache, Kommunikationsmittel 4. Entwicklung einer eigenen Pressekonferenz oder Imagekampagne 5. Vertiefung und Diskussion in der Übung und Online- Meeting 		
Autor	Klaus Schopen, Schokoladenmuseum Köln		

9.8. Modul 6: Managen

Professionelles Museumsmanagement beinhaltet strategisches Denken, ein strukturiertes Herangehen an Finanzen und Haushalte, ein Bewusstsein für Qualitätsstandards und deren Sicherung, sowie geschickte politische Kommunikation. Ein Überblick über Personal- und Verwaltungsstrukturen ist unerlässlich. Das Modul Managen vermittelt die nötigen Kenntnisse und Fähigkeiten für diese zentralen Bereiche des Museumsmanagements und bietet darüber hinaus auf Wunsch Einblicke in übergeordnete Themen, die für angehende Führungskräfte notwendig sind, wie Museumsethik, Inklusion, Digitale Strategien und Zukunft der Museen. Das Modul richtet sich insbesondere an Personen mit Museumserfahrung, die sich für Leitungspositionen qualifizieren wollen.

Teilmodule:

- Administrative Strukturen
- Methodisches Museumsmanagement
- Finanzen und Haushalte
- Qualitätsstandards und Qualitätssicherung
- Kulturpolitik

Administrative Strukturen

Einblick in die verschiedenen Organisationsformen von öffentlichen und privaten Museen. Unterstützung bei der Analyse des eigenen Hauses. Vermittlung von Werkzeugen zur Optimierung von administrativen Strukturen.

Modul	Managen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M6.1	Lehr-/Lernformen	Textarbeit, Online-Meetings, E-Lectures
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Vermarkten, Managen	Zielgruppe	Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben. Kleinere Museen.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Lernmodul vermittelt einen Einblick in die verschiedenen Organisationsformen von öffentlichen und privaten Museen, unterstützt bei der Analyse des eigenen Hauses und vermittelt Werkzeuge zur Optimierung von administrativen Strukturen.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Verwaltungs- und Arbeitsstrukturen innerhalb ihres Hauses zu erläutern - die Arbeitsabläufe zu optimieren. - verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen zu beschreiben - verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen auf die Eignung für die eigene Institution zu bewerten - die aktuelle Diskussion gesellschaftlicher Veränderungen wiederzugeben und ihren Auswirkungen auf die Museen zu erläutern 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trägerschaft und Organisation 2. Private Museen 3. Benchmarking/Analyse 4. Organisationsformen 5. Professionelle Museen 		
Autoren	<p>Otmar Böhmer, Kunstmuseum Wolfsburg Klaus Schopen, Schokoladenmuseum Köln</p>		

Methodisches Museumsmanagement

Vermittlung der Aufgaben des Museums-/Kulturmanagers. Managementmethoden im Vergleich und Ansätze auch für kleine Häuser. Grundlagen des Managements, die wichtigsten Konzepte und Strategien sowie Fehlerquellen.

Modul	Managen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M6.2	Lehr-/Lernformen	Comicfilm, E-Lectures, Online-Meeting, individuelle Projektarbeit
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten	Zielgruppe	Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Administrative Strukturen (empfohlen)
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Moderne Museen übernehmen verstärkt professionelle Querschnittaufgaben wie Marketing, Vermittlung oder Digitalisierung, die klassische Managementaufgaben nach sich ziehen. Leitende Angestellte in Kulturinstitutionen und Museen müssen deshalb das Handwerkszeug des Kulturmanagers beherrschen. Das Teilmodul behandelt Unterschiede von deutschen und angelsächsischen Museumsmanagementmethoden und zeigt Ansätze auf, mit denen auch kleine Häuser die Schlüsselqualifikationen des Museumsmanagements einsetzen können. In diesem Teilmodul werden Grundlagen des Managements, die wichtigsten Konzepte und Strategien sowie Fehlerquellen behandelt. Ein konkreter Auftrag an Teilnehmende soll diesen den Praxisbezug ermöglichen und Anwendungsbereiche vertiefen.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Theorien der wichtigsten aktuellen Managementmodelle wiederzugeben und Erkenntnisse daraus in spezifischer musealer Praxis anzuwenden - die Bedeutung von strategischem und operativem Management zu beschreiben und beide Formen zu unterscheiden - die Anwendungsfelder sowohl des strategischem als auch operativem Management in der musealen Praxis wiederzugeben - die Aufgaben im Management entsprechend der Struktur der Einrichtung zuzuordnen (öffentlich, privat, nonprofit) - den Managementalltag in Museen und Ausstellungen zu analysieren und zu reflektieren - Managementfehler zu erkennen und potenzielle Maßnahmen dagegen zu entwickeln und anzuwenden 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Was ist Management? 2. Managementkonzepte 3. Strategisches vs. operatives Management 4. Managementfehler 		
Autor_innen	<p>JProf. Ann-Kathrin Seemann, Universität Freiburg</p> <p>Dr. Christian Wacker, Universität Freiburg, museOn</p>		

Finanzen und Haushalte			
Informationen und Hintergründe für die Besonderheiten des Finanzwesens in den Museen. Einblicke in Controlling- und Steuerungsmodelle für die selbständige Planung von Finanzen und Haushalten.			
Modul	Managen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M6.3	Lehr-/Lernformen	Textarbeit, 1 Online-Meeting, E-Lectures
Durchführung	KW 20-24 / KW 46-50	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen	Zielgruppe	Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Administrative Strukturen und Methodisches Museumsmanagement (empfohlen)
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Teilmodul vermittelt Informationen und Hintergründe für die Besonderheiten des Finanzwesens in den Museen. Es gibt einen Einblick in Controlling- und Steuerungsmodelle für die selbständige Planung von Finanzen und Haushalten.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Verwaltungs- und Arbeitsstrukturen innerhalb ihres Hauses zu beschreiben - die Arbeitsabläufe zu optimieren - verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen zu erläutern und in Hinblick auf die Eignung für die eigene Institution zu bewerten - die aktuelle Diskussion gesellschaftlicher Veränderungen und ihre Auswirkungen auf die Museen wiederzugeben 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Die öffentliche Finanzwirtschaft (5 Stunden) <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Öffentliche Haushalte - gestern und heute 2.2. Wirtschaftseinheiten 2.3. Kulturfinanzierung 3. Das Haushaltswesen (12,5 Stunden) <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Kameralistik - Doppik 3.2. Das kaufmännische Rechnungswesen 3.3. Wirtschaftsplan, Jahresabschluss 4. Mittelbeschaffung für Museen (7 Stunden) <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Eigene Erlöse und Erträge 4.2. Spenden und Sponsoring 4.3. Stiftungsmittel 4.4. Förderverein 4.5. Aktuelle Strategien zur Mittelbeschaffung 4.6. Kulturförderung - Förderantrag 		
Autor	Otmar Böhmer, Kunstmuseum Wolfsburg		

Qualitätsstandards und Qualitätssicherung

Grundlagen und die Grundzüge der verschiedenen QM-Modelle, Beurteilung von Qualität im Museum

Modul	Managen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M6.4	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Videos, Textstudium, Onlinemeetings
Durchführung	KW 20-24 / KW 2-6	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul Managen, auch belegbar im Modul: Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten	Zielgruppe	Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Teilmodul Qualitätsstandards und Qualitätssicherung stellt Qualitätsmanagementsysteme vor – allgemein gültige und museumsspezifische Systeme. Ziel ist, die museumsspezifischen Grundlagen und die Grundzüge der verschiedenen Qualitätsmanagement (kurz: QM)-Modelle zu kennen und die Fähigkeit zu erlernen, wie Qualität in Museen definiert werden kann sowie die Vor- und Nachteile der verschiedenen Systeme einschätzen zu können.		
Lernergebnisse	Die Lernenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - die Standards gemäß ICOM Definition/ Code of Ethics, die Standards des Deutschen Museumsbundes sowie Spektrum für das Sammlungsmanagement und ServiceQ für den Besucherservice zu beschreiben - die Grundzüge der QM-Modelle ISO 900** und EFQM zu nennen und in Kontext zu museumsspezifischen Akkreditierungs- und/oder Registrierungsverfahren zu bringen - Vor- und Nachteile eines formalen Verfahrens zum vollständigen oder teilweisen Qualitätsnachweis zu beschreiben 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung, 2. Zertifizierungsmodelle 3. Standardmodelle des Qualitätsmanagement 4. Experteninterviews 		
Autor_innen	<p>Dr. Anja Dauschek, Altonaer Museum Hamburg</p> <p>Michael Golz, Hasenkamp Holding</p> <p>Janine Heinrich, Hasenkamp Holding</p>		

Kulturpolitik

Überblick kulturpolitische Strukturen in Deutschland und Baden-Württemberg, Handlungsmöglichkeiten

Modul	Managen	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M6.5	Lehr-/Lernformen	Onlinephase, Textarbeit, Präsenzphase
Durchführung	KW10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	80% / 20%
Modultyp	Teilmodul Managen, auch belegbar im Modul: Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten	Zielgruppe	Personen, die an der langfristigen Entwicklung ihrer Häuser mitarbeiten; Personen mit Mehrfachfunktionen an kleineren Häusern
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch
Abstract	Museen müssen nicht nur inhaltlich und organisatorisch konstant gute Arbeit leisten, sondern permanent auch ihre eigene Existenz und Weiterentwicklung begründen und absichern. Museen wirken in den kulturellen und politischen Bereich und stehen zugleich – als „freiwillige Aufgabe“ der öffentlichen Hand oder als Ergebnis freier Entscheidungen privater Träger – unter kulturpolitischen Rechtfertigungsdruck. Das Teilmodul behandelt das Thema „Umgang mit der Kulturpolitik“ als ein dauerhaft mitzudenkendes Management-Thema. Analysiert werden Organisation, Kommunikationsstrukturen und Instrumente der Kulturpolitik. Gezeigt werden anhand von Fallbeispielen unterschiedliche kulturpolitische Ansätze in der Museumsförderung und die Bedeutung von Strategien und von Netzwerken.		
Lernergebnisse	Die Lernenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - Strukturen und Instrumente der Kulturpolitik zu analysieren und Handlungsfelder für Museen zu identifizieren - politisch institutionenrelevante Konstellationen und deren vielfältige Akteure zu erkennen und zu beschreiben - die Bedeutung langfristiger Museumsstrategien und ihrer Vermittlung in den öffentlichen/politischen Raum nicht nur für die inhaltliche Arbeit, sondern auch für die Institutionen-absicherung zu sehen - Kommunikationswege in der Kulturpolitik zu verstehen, den Umgang mit schwierigen kulturpolitischen Situationen zu antizipieren und Lösungsansätze auch unter Einbeziehung der Öffentlichkeit zu erarbeiten - die Bedeutung von Netzwerken für die dauerhafte Verankerung von Museen zu erkennen 		
Inhalt des Kurses	1. Was ist Kulturpolitik? Definitionen, Strukturen und Instrumente 2. Allgemeine Rahmenbedingungen für öffentliche und private Museen 3. Langfristige Strategien und kurzfristige Handlungsmöglichkeiten: Fallbeispiele		
Autor	Jan Merk, Kulturdezernat Müllheim/Baden und Museumsverband Baden-Württemberg		

9.9. Modul 7: Digitalisieren

Die Digitalisierung hat Einzug gehalten in alle Bereiche der kulturellen Arbeit – mit dem Modul zum Thema werden grundlegende Themen bearbeitet und in Zukunft fortlaufend erweitert.

Museen sind aufgefordert, neue Wege der Praxis auszuloten, wenn sie in einer digitalisierten Gesellschaft auch weiterhin ihre Relevanz sichtbar machen wollen – das bezieht sich sowohl auf den Umgang mit Sammlungen und deren Nutzbarmachung als auch auf die unterschiedlichen Kommunikationswege und Vermittlungsmöglichkeiten. Das Modul behandelt erste zentrale Themen des Bereichs Digitalisierung an Museen und lädt dazu ein über digitale Sammlungsstrategien nachzudenken und unterschiedliche digitale Strategien zu analysieren. Die Kommunikationsmöglichkeiten mit den Besuchern werden ausgelotet um digitaler Strategieentwicklung eines Museums eine breitere Entscheidungsgrundlage zu bieten. Ganz handwerklich geht es auch um die Grundlagen der digitalen Objektdokumentation und um Evaluationsmethoden für digitale Angebote.

Zukunftsorientierte Museen machen sich auf die Suche nach Antworten im Feld der Digitalisierung. Das Modul wird Museums- und Kulturschaffende dabei unterstützen indem gemeinsam über Zukunftsperspektiven digitaler Möglichkeiten nachgedacht wird.

Teilmodule:

- Digitale Medien in Ausstellungen
- eCulture: Partizipative Medien im Museum
- Digitale Objektdokumentation
- Digitale Sammlungsstrategien

Digitale Medien in Ausstellungen			
Überblick zu Digitalen Medien; Vor- und Nachteile verschiedener Digitaler Medien; Grenzen für deren Einsatz			
Modul	Digitalisieren	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M7.1	Lehrformen	E-Lecture, Film, Selbststudium, Gruppenarbeit
Durchführung	KW 10-14 / KW 36-40	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul Digitalisieren, auch belegbar in den Modulen: Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten	Zielgruppe	Museumsmitarbeiter, die den Einsatz digitaler Medien in Ausstellungen planen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	<p>Mit der rapiden Entwicklung der „Digitalisierung der Welt“ in den letzten 20-30 Jahren, kommen auch Museen und Ausstellungshäuser in den Genuss eines zeitgemäßen, vielfältigen und preislich erschwinglichen Medieneinsatzes in ihren Ausstellungen.</p> <p>Waren Ausstellungen /die Präsentation von „Objekten“ früher v.a. auf den Seh-Sinn der Besucher ausgerichtet und verhalfen den Museen damit zum Prädikat „verstaubter Präsentationen / Museen“, so kamen seit den 70er/80er Jahren immer mehr Ausstellungsgestalter/Kuratoren zu der Erkenntnis, dass die Besucher über mehr Sinne verfügen und diese auch angesprochen werden sollten – die Geburt von interessanten, kurzweiligen und sogar interaktiven Ausstellungen, die auch bis dahin Nicht-Museumsbesucher anzulocken vermochten.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – haben einen möglichst umfassenden Überblick zu „Digitalen Medien für die Visualisierung von Objekten“ – kennen damit eine Palette von Möglichkeiten, als Grundlage für den potentiellen Einsatz von Digitalen Medien in ihrer täglichen, musealen Praxis – kennen Vor- und Nachteile verschiedener Digitaler Medien und sind sich der Grenzen für deren Einsatz bewusst – haben ein „Gefühl“ für einen „sinnvollen“ bis „überflüssigen“ Einsatz der Digitalen Medien für unterschiedliche „Objekte“ – profitieren von den Erfahrungen, Erlebnissen und Ergebnissen ALLER beteiligten Kursteilnehmer! 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objekte 2. Wahrnehmung 3. Digitale Medien 4. Grenzen Digitaler Medien 		
Autor	Peter Neudert, Impuls design		

eCulture: Partizipative Medien im Museum			
Verständnis von e-culture und Entwicklung von e-culture Strategien. Für ausgewählte Projekte oder Massnahmen können partizipative digitale und soziale Medien identifiziert und angewandt werden.			
Modul	Digitalisieren	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M7.2	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Onlinemeeting, Forumdiskussion
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul Digitalisieren, auch belegbar in allen anderen Modulen	Zielgruppe	Mitarbeiter Öffentlichkeitsarbeit, kuratorisch arbeitende Personen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	N/A
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	Das Teilmodul konzentriert sich auf den Einsatz sozialer und digitaler Medien im Museumskontext. Ein Großteil des alltäglichen Austauschs geschieht mittlerweile über soziale Medien. WhatsApp, Facebook, Twitter & Co. verändern die Alltagskommunikation und Museen reagieren darauf, um weiterhin in Kontakt mit dem Publikum zu bleiben. Der Kurs vermittelt die ersten Schritte zur eigenen e-culture-Strategie.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - den Begriff eCulture zu beschreiben - erste Ansätze einer Vision, Mission sowie Ziele hinsichtlich einer eCulture-Strategie zu präzisieren und auszuformulieren - für ausgewählte Projekte oder Maßnahmen die passenden partizipativen (digitalen und/oder sozialen) Medien zu identifizieren und anzuwenden. 		
Inhalt des Kurses	Einführung in die Themenfelder <ol style="list-style-type: none"> 1. Das Museum der Zukunft 2. Soziale Medien I (Fokus Interaktion) 3. Soziale Medien II (Fokus Multimedia) 4. Soziale Medien III (Fokus Bewertungen) 5. Soziale Medien IV (Content-Lieferanten) 6. Online Meeting & Reflexionsfragen zur Diskussion im Forum 7. Online Meeting: Besprechung der Beispiele aus der Praxis 8. Impulsvortrag: Der Weg zur eigenen Strategie 9. Online Meeting: Der Weg zur eigenen eCulture-Strategie Auftrag zur Überprüfung der Lernergebnisse: Erstellung eines max. 2 seitigen Arbeitspapiers		
Autor	Daniele Turini, Historisches Museum Basel		

Digitale Objektdokumentation			
Grundlagen der digitalen Objektdokumentation; Praktischer Umgang mit Dokumentationssystem			
Modul	Digitalisieren	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M7.3	Lehr-/Lernformen	Skripte zur Objektdokumentation allgemein, Unterlagen zur digitalen Objektdokumentation (Schulungsunterlagen, Handreichungen, etc.), Literaturhinweise.
Durchführung	KW 15-19 / KW 41-45 Präsenz B	Online/Präsenz	80% / 0%
Modultyp	Teilmodul Digitalisieren, auch belegbar im Modul: Sammeln, Ausstellen, Vermitteln	Zielgruppe	Personen, die in Sammlungen und mit Objekten arbeiten
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Basiskurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	In diesem Teilmodul werden die Grundlagen der digitalen Objektdokumentation behandelt, aufbauend auf dem analogen Vorbild der mehrstufigen Erfassung: Registrierung (Besitznachweis des Objekts), Inventarisierung (Eigentumsnachweis des Objekts) und Katalogisierung (wissenschaftliche Erschließung des Objekts). Weitere Aspekte sind die Standardisierung der Erfassung, die Arbeit mit Stammdaten, kontrolliertem Vokabular und Thesauri. Die theoretischen Grundlagen werden ergänzt durch praktische Übungen mit einem Museumsdokumentationssystem.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der digitalen Objektdokumentation und die Grundlagen eines Objektdokumentationssystems (imdas) wiederzugeben - Regeln der digitalen Objektdokumentation zu erläutern und anzuwenden - die erlernten Grundlagen der digitalen Objektdokumentation zu beurteilen und modellhaft in Form einer eigenen Konzeption anzuwenden. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Präsenz: Freie und strukturierte Objektaufnahme, imdas pro - Der Einstieg; Objektaufnahme im EDV-System 2. Onlinephase 3. Grunderfassung 4. Inventarisierung 5. Standardisierung der Erfassung 6. Stammdaten, kontrolliertes Vokabular, Thesauri 7. Recherche 8. Praktische Übung zur Dokumentation mit imdas pro 9. Überblick Dokumentationsprogramme 		
Autor	Dr. Werner Schweibenz, Bibliotheksservice-Zentrum Baden-Württemberg		

Digitale Sammlungsstrategien

Theoretische und praktische Möglichkeiten der Digitalisierung von Sammlungsobjekten und deren Metadaten in Bezug auf Sammlungsmanagement, Vermittlung und kulturpolitische Positionierung eines Museum

Modul	Digitalisieren	Lernaufwand	25-30 h
Nr.	M7.4	Lehr-/Lernformen	Video, Eigen-Exkursion, Forumsarbeit, Online-Meetings
Durchführung	KW 25-29 / KW 2-6	Online/Präsenz	100% / 0%
Modultyp	Teilmodul Digitalisieren, auch belegbar in allen anderen Modulen	Zielgruppe	Personen, die strategische Leitungsfunktionen im Bereich des Sammlungsmanagement, der Vermittlung und der Museums-politik anstreben.
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Kursart	Aufbaukurs	Sprache	Deutsch, Englisch
Abstract	<p>Strategiemodul, das Fragen nach theoretischen und praktischen Möglichkeiten der Digitalisierung von Sammlungsobjekten und deren Metadaten in Bezug auf Sammlungsmanagement, Vermittlung und kulturpolitische Positionierung eines Museum behandelt.</p> <p>Nicht Gegenstand des Teilmoduls sind technische und rechtliche Fragen, die sich bei der konkreten Planung und Umsetzung von Digitalisierungsprojekten stellen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - für konkrete Häuser digitale Strategien in Varianten, begründet und Bezugnehmend auf konkrete Beispiele anderer Häuser zu entwickeln und vorzuschlagen 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einstieg ins Thema (Film) 2. Digitale Sammlungsstrategien (Online-Meeting) 3. Individuelle Studienreise 4. Sammlung von Reiseberichten 5. Auswertung der Reiseberichte (Online-Meeting) 		
Autor	Gregor Dill, Sportmuseum Schweiz		

10. Organisatorische Hinweise

- Bitte organisieren Sie Anreise und Unterkunft selbst. Sie erhalten zum Studienstart von museOn Empfehlungen zu günstigen und guten Übernachtungsmöglichkeiten in Freiburg.
- Sie erhalten einen separaten Ablaufplan über die Präsenzphasen bei Studienstart, bzw. rechtzeitig vor dem Begleitkurs.
- Sie erhalten Informationen zum Zugang zur Lernplattform ILIAS per Mail.
- Für Rückfragen steht Ihnen das museOn-Team jederzeit zur Verfügung!

Haben Sie an folgende Aspekte gedacht?

- ✓ Abschlussart gewählt - Einzelkurse oder Certificate of Advanced Studies?
- ✓ Kursauswahl getroffen - anhand des Modulhandbuchs detailgeprüft
- ✓ Präsenztermine geblockt - finden meist am Wochenende statt
- ✓ Ggf. schon Onlinetermine geblockt - finden meist abends unter der Woche statt (Di/Mi/Do)
- ✓ Individuelles Zeitmanagement - Jeder Kurs hat einen wöchentlichen Arbeitsumfang von mind. 5 Stunden - wir empfehlen nicht mehr als 2 Kurse gleichzeitig zu belegen!
- ✓ Zeitmanagement - Kurse und Arbeitsumfang mit Arbeitgeber abgestimmt?
- ✓ CAS-Abschlussarbeit eingeplant - Umfang: ca. 40 Wochenstunden

Impressum

Das Modulhandbuch wurde erstellt von museOn | weiterbildung & netzwerk. Es dient den Teilnehmenden der wissenschaftlichen Weiterbildung von museOn. Eine weitere Nutzung der Inhalte ist nur zu den unter der Creative Commons Lizenz angegebenen Konditionen möglich. Dies gilt auch für Vervielfältigungen und die Verarbeitung in und mit elektronischen Systemen.

Herausgegeben von:

FRAMAS - Freiburger Akademie für Museums-,
Ausstellungs- und Sammlungswissen
museOn | weiterbildung & netzwerk
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Friedrichstrasse 50, 79098 Freiburg
Telefon: 0761 - 203 98614
museon@uni-freiburg.de
www.museon.uni-freiburg.de
Twitter: [@museonFR](https://twitter.com/museonFR)

Verfasst von:

Barbara Müller, Mediendidaktik
Sonja Thiel, Projektkoordination
Dr. Christian Wacker, Wissenschaftlicher Projektleiter

Mitarbeit:

Dorthe Hutz-Nierhoff, Sophia Metzler, Barbara Reitz

Foto Titelseite:

Axel Killian, Städtische Museen Freiburg

Layout und Satz:

Britta Bieberbach

Copyright:

CC: BY-NC-SA



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen [16OH21065] gefördert.

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Christian Wacker, Wissenschaftlicher Projektleiter
2017, museOn | weiterbildung & netzwerk



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung