

Museum Studies
Wissenschaftliche Weiterbildung

Modulhandbuch
Wintersemester 2017/2018



INHALTSVERZEICHNIS

TEIL 1	3
1 EINLEITUNG UND HINWEISE ZUR BENUTZUNG	3
2 KONTAKT UND ANSPRECHPARTNER	4
3 STUDIENSTRUKTUR BAUKASTENSYSTEM	5
3.1 ÜBERSICHT MODULSTRUKTUR	5
3.2 ORGANISATION DER TEILMODULE	6
3.3 ÜBERBLICK TERMINE	7
3.4 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)	9
5 ZUGANG ZUM STUDIUM UND ANRECHNUNG	10
5.1 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN	10
5.2 NACHWEIS DER ZUGANGSBERECHTIGUNG	10
5.3 ANRECHNUNG BEREITS ERREICHTER ECTS-PUNKTE	10
6 PRÜFUNGSLEISTUNGEN	11
6.1 TEILNAHMEBESCHEINIGUNG	11
6.2 CERTIFICATE OF ADVANCED STUDIES (CAS) UND DIPLOMA OF ADVANCED STUDIES (DAS)	11
6.3 PROJEKTARBEIT	11
6.4 FEHLZEITENREGELUNG	13
6.5 ABMELDUNG VOM KURS	13
6.6 VERSAND DER TEILNAHMEBESCHEINIGUNGEN UND ZERTIFIKATE	13
7 STUDIENVERLAUFSPLAN	14
8 TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR DAS ONLINESTUDIUM	15
TEIL 2	16
8.1 EINLEITUNG	16
9 BEGLEITKURS	17
9.1 MODUL ÜBERBLICKEN	20
9.2 MODUL SAMMELN	27
9.3 MODUL AUSSTELLEN	33
9.4 MODUL VERMITTELN	39
9.5 MODUL VERMARKTEN	50
9.6 MODUL MANAGEN	56
9.7 MODUL DIGITALISIEREN	62
10 TERMINÜBERSICHT WINTERSEMESTER 2017/2018	67
11 ORGANISATORISCHE HINWEISE	68
12 CHECKLISTE	69

Teil 1

Einführungen und Hinweise

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 kumulativ zu den Weiterbildungszertifikaten CAS (Certificate of Advanced Studies) oder DAS (Diploma of Advanced Studies) zu kombinieren. 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](https://twitter.com/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, Programm und Koordination
E-Mail: sonja.thiel@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98613

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 administrative Fragen:

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

Für Fragen zur Evaluation:

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

Für Fragen zur Medienproduktion:

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

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 Abschlüsse erhalten Sie in Kapitel 4.

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

3.1 Übersicht Modulstruktur

Für die Weiterbildung bei museOn | weiterbildung & netzwerk wurden sieben 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, Vermarkten, Managen, Digitalisieren.

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

Folgende Teilmodule können Sie grundsätzlich bei museOn | weiterbildung & netzwerk belegen.

ÜBERBLICKEN	SAMMELN	AUSSTELLEN	VERMITTELN		VERMARKTEN	MANAGEN	DIGITALISIEREN
Museumsethik	Sammlungskonzept und -strategie	Szenografie	Einführung Bildung und Vermittlung im Museum	Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung	Strategisches Marketing	Administrative Strukturen	Digitale Medien in Ausstellungen
Aufgabenbereiche im Museum	Inventarisieren und Dokumentieren	Ausstellungsplanung und -management	Museale Erzählwelten	Edutainment	Urheberrecht	Methodisches Museumsmanagement	eCulture: Partizipative Medien im Museum
Zukunft der Museen	Risikomanagement und Versicherung	Schreiben und Texten für Ausstellungen	Besucherorientiertes Denken und Handeln	Interkulturelle Vermittlung	Fundraising	Finanzen und Haushalte	Digitale Objektdokumentation
Das inklusive Museum	Sammlungsmanagement	Ausstellungsdrehbuch / Interpretive Planning	Von der Ausstellung zum Programm	Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation	Das Museum als Marke	Qualitätsstandards und Qualitätssicherung	Digitale Sammlungsstrategien
Geschichte der Museen und Sammlungen	Verpackung und Transport	Objekte und Wissen	Selbstbestimmter Museumsbesuch	Outreach-Programme	Öffentlichkeitsarbeit	Kulturpolitik	
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. Eine jeweils semesteraktualisierte Terminübersicht finden Sie auf der Website im Anmeldeprozess.

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.

3.3 Überblick Termine

Auftaktveranstaltung	Wintersemester Sommersemester	KW 35 KW 9	Verpflichtend nur für CAS- Kandidaten
Präsenzphase A	Wintersemester Sommersemester	KW 35 KW 9	Siehe Kursbeschreibungen
Präsenzphase B	Wintersemester Sommersemester	KW 45 KW 19	Siehe Kursbeschreibungen
Präsenzphase C	Wintersemester Sommersemester	KW 7 KW 30	Siehe Kursbeschreibungen
Abschlussveranstaltung	Wintersemester Sommersemester	KW 7 KW 30	Verpflichtend nur für CAS- Kandidaten
Nachfrist letztes TM	Wintersemester Sommersemester	KW 8-9 KW 31-40	Teilnehmende
Abgabe CAS Arbeit	Wintersemester Sommersemester	KW 15 KW 38	CAS- Kandidatinnen
Korrektur CAS Arbeit	Wintersemester Sommersemester	Max. bis KW 27 Max. bis KW 50	museOn
Versand Zertifikate	Wintersemester Sommersemester	Max. bis KW 30 Max bis KW 1	museOn

3.4 Zeitaufwand für das Studium

Jedes Teilmodul ist jeweils mit 1 Credit Point bewertet. Dies entspricht einem Lernaufwand 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 pro Teilmodul einplanen sollten. Online-Meetings werden grundsätzlich unter der Woche in den Abendstunden durchgeführt (meist 20:00-21:00 Uhr).

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

Wenn Sie berufsbegleitend studieren, empfehlen wir Ihnen, maximal zwei Teilmodule parallel zu studieren (10 Stunden Arbeitsaufwand pro Woche), um die Studierbarkeit für Sie zu gewährleisten.

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 Swissuni. 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 berufsbegleitend 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 berufsbegleitend 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 berufsbegleitend 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

Einzelkurse (Teilmodule)

Angeboten werden Basiskurse, d.h. einführende Kurse ohne Zugangsvoraussetzungen und Aufbaukurse. An Aufbaukursen kann teilnehmen, wer bereits einen Basiskurs desselben Moduls belegt hat oder über Grundkenntnisse musealer Arbeit in Form eines mindestens einmonatigen Praktikums oder gleichwertige Leistungen verfügt.

Zertifikatsstudium CAS/DAS – Certificate/Diploma of Advanced Studies / (nach Swissuni):

Qualifizierte Berufserfahrung: Als qualifizierte Berufserfahrung gilt eine mindestens sechsmonatige berufliche Tätigkeit nach einer Ausbildung oder einem Studium. Aufgrund der Heterogenität musealer Tätigkeitsfelder werden nicht nur Berufserfahrungen rund um die traditionellen Aufgabenfelder Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln anerkannt, sondern auch solche aus den Sparten Management, Marketing und Digitalisieren. D.h. Qualifizierte Berufserfahrung muss nicht in einer musealen Einrichtung, Archiv o.ä. erworben sein, sondern in einem der genannten Tätigkeitsfelder.

oder

Hochschulabschluss: Als Hochschulabschluss gilt der nach einem Hochschulstudium verliehene akademische Grad (mind. BA) und muss sich nicht auf das museumsrelevante Umfeld beziehen.

oder

Berufserfahrung im Museum: Museale Berufserfahrung wird als Zugangsvoraussetzung anerkannt, wenn diese über einen Zeitraum von mindestens drei Monaten in ein und derselben Institution nachgewiesen werden kann. Anerkannt werden Berufserfahrungen in Museen, Sammlungen, Ausstellungshäusern und Archiven.

5.2 Nachweis der Zugangsberechtigung

Bitte reichen Sie für die Anmeldung und Bewerbung für ein Studium einen Kurzlebenslauf sowie die entsprechenden Nachweise für Ihren gewählten Abschluss ein. Diese Angaben werden von Ihnen im Anmeldeprozess abgefragt.

5.3 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

Kriterien für das Bestehen des Kurses und die Erteilung der Teilnahmebescheinigung:

In den Studienbriefen wird differenziert zwischen Übungen und Aufgaben. Die Bearbeitung der Aufgaben sowie die Teilnahme an den Online/Präsenzterminen dient als Bewertungsgrundlage für das Bestehen des Kurses. Darüber hinaus ist die aktive Teilnahme an den kollaborativen Gruppenaufgaben (Wikis, Peer Reviews, Blogs, Forumsdiskussion etc.) erforderlich. Lektüre und Übungsaufgaben dienen der individuellen Reflexion.

Es gelten die Abgabefristen, die im Studienbrief definiert sind.

Online-Meetings werden aufgezeichnet. Sollte eine Teilnahme im Einzelfall nicht möglich sein, kann dies durch die Einreichung einer kurzen Zusammenfassung bzw. Reflexion auf Basis der Aufzeichnung ausgeglichen werden.

Ein Kurs gilt als nicht bestanden, wenn maximal zwei Wochen nach Kursende die Pflichtaufgaben noch nicht eingereicht wurden. Diese Nachfrist wird nur nach vorheriger Kommunikation mit den zuständigen Tutor_innen eingeräumt.

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) entsprechen der Regelungen für Teilmodule zu absolvieren. Verpflichtend ist darüber hinaus ein Begleitkurs (0,5 CP) sowie das selbstständige 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 selbstständige 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 Modul Inhalte 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). Die Projektarbeit wird von der wissenschaftlichen Projektleitung betreut.

Allgemeine Bedingungen

1. Berechtigt 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. Berechtigt 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 verwerten.
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/ 3,0/ 3,3/ 3,7/ 4,0. Wurde die Arbeit nicht bestanden wird diese mit 5,0 bewertet.

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 und nutzen die Vorlage für das Deckblatt. 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 auf der Lernplattform ILIAS in der entsprechenden Einreiche-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 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 im museOn-Büro eingereicht, insbesondere zu Terminen, welche für die Projektarbeiten relevant sind.

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

6.5 Abmeldung vom Kurs

Eine Abmeldung vom Kurs ist unmittelbar zu Beginn des Kurses und nur in begründeten Ausnahmefällen möglich. Bitte beachten Sie dazu auch die AGB.

Kurswechsel sind nach Rücksprache mit der Koordination möglich, sofern freie Plätze vorhanden sind.

6.6 Versand der Teilnahmebescheinigungen und Zertifikate

Sie erhalten Ihre Teilnahmebescheinigung nach Abschluss des Semesters, spätestens 5 Wochen nach Ende des letzten Semesterkurses.

In dringenden Fällen (z.B. für Bewerbungen) kann die Teilnahmebescheinigung für Teilmodule auf Anfrage vorher ausgestellt werden. Die Teilnahmebescheinigungen werden per Post versandt.

7 Studienverlaufsplan

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 Online-Meetings)
5. Adobe Acrobat Reader (zur Anzeige der PDF-Dokumente)
6. Head-Set (Kopfhörer mit Mikrofon mit USB-Anschluss)
7. Ggf. eine Webcam, um sich bei Online-Meetings live zuzuschalten.

Teil 2

Modulübersicht

8.1 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.

Überblicken:

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

- Selbstbestimmter Museumsbesuch
- Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung
- Edutainment
- Interkulturelle Vermittlung
- Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation
- Outreach-Programme

Sammeln:

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

Vemarkten:

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

Ausstellen:

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

Managen

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

Vermitteln:

- Einführung Bildung und Vermittlung im Museum
- Museale Erzählwelten
- Besucherorientiertes Denken und Handeln
- Von der Ausstellung zum Programm

Digitalisieren

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

9 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.

Begleitkurs

Der Begleitkurs führt zu Semesterbeginn in die Lern- und Arbeitsmethoden im Rahmen des wissenschaftlichen Weiterbildungsangebots ein. Abgesehen von Informationen zu Studiums- und Prüfungsmodalitäten sowie Lernmedien und -methoden werden wesentliche Funktionen und persönliche Einstellungen der Lernplattform ILIAS praxisorientiert erarbeitet. Ein erstes Online-Meeting dient dem individuellen Technik-Check sowie der Orientierung im virtuellen Klassenzimmer.

Im Semesterverlauf dient der Begleitkurs als zentrale Plattform für Lern- und Arbeitshilfen, für die Betreuung der CAS-Studierenden und für die kursübergreifende Vernetzung und Kommunikation mit allen Teilnehmenden. Die CAS-Studierenden lernen in der Auftakt-Präsenzveranstaltung Dozierende und andere Studierende persönlich kennen und arbeiten in Workshops u.a. vertieft an studienrelevanten Inhaltsbausteinen zu den Themen „Zeit- und Selbstmanagement“, „Projektarbeit“ und „Wissenschaftliches Arbeiten“. Der gemeinsame Semesterabschluss dient der Präsentation und Besprechung der CAS-Arbeiten.

Inhalte

1. Einführung museOn
2. Lernplattform ILIAS / Online-Meetings mit Adobe Connect
3. CAS-Projektarbeit
4. Zeit- und Selbstmanagement
5. Wissenschaftliches Arbeiten

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden kennen

- Studiums- und Prüfungsmodalitäten sowie relevante Termine im Semester
- das Blended Learning-Format und die Lehr-/Lernmethoden
- der Weiterbildung
- die wesentlichen Funktionalitäten der Lernplattform
- grundlegende Methoden wissenschaftlichen Arbeitens

Die Teilnehmenden können

- persönliche Einstellungen auf der Lernplattform vornehmen
- Lernmaterialien abrufen und Kommunikationswerkzeuge (Mail, Foren, Chat) anwenden
- aktiv an einem Online-Meeting teilnehmen
- ihre Woche so einteilen, dass ausreichend Lernzeit zur Verfügung steht

Online/Präsenz	50% / 50%
Kurszeitraum	WS: KW 35 SoSe: KW 9
Präsenzphase	A (Nur für CAS-Teilnehmende)
Online-Meetings	1
Sprache	Deutsch / Englisch
Modultyp	Pflichtmodul für CAS Teilnehmende Einführungs- und Begleitmodul
Creditpoints	0,5
Lernaufwand	12,5-15 h

Die CAS-Studierenden sind in der Lage

- ihre eigene Motivation, Lernerfahrung und das mögliche
- Lernverhalten kritisch zu untersuchen
- mögliche Probleme und Defizite zu benennen und
- Lösungsstrategien zu formulieren
- eigene Projektideen zu entwickeln, zu präsentieren und in Form einer wissenschaftlichen Arbeit umzusetzen

Lehr- und Lernformen

- Studienbrief
- Präsentationen und Übungen auf ILIAS
- Online-Meeting
- Präsenzphase (nur CAS/DAS)

9.1 Modul Überblicken

Das Modul „Überblicken“ behandelt Querschnittsthemen, die an unterschiedlichen Stellen und Zeiten im Museum eine wichtige Rolle spielen und die als Gegenstand ständiger Reflexion in die tägliche Arbeit einfließen: Teilmodule über die 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 mitzugestalten.

Teilmodule:

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

Museumsethik

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführende Darstellung
- 2 . Studium von Dokumenten
- 3 . Analyse von Fallbeispiele
- 4 . Präsenzphase

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, das Verhalten der Institution als Ganzes und jedes einzelnen Mitarbeiters zu reflektieren
- sind fähig, ihr eigenes Handeln zu beurteilen
- sind im Stande, Konsequenzen für ihr eigenes Handeln zu analysieren
- können Argumente für auf ethische Überlegungen gegründete Forderungen an Museumsleitung, Kollegen, Trägereinrichtungen (Verwaltung und Politiker), Öffentlichkeit wiedergeben.

Fachexpert_innen

[Dr. Werner Hilgers](#), Rheinisches Landesmuseum Bonn
[Dr. Christian Wacker](#), Universität Freiburg, museOn

Zielgruppe

Quereinsteigende,
 Volontär_innen, Azubis, FSJ,
 Verwaltungsmitarbeiter_innen,
 Technische Mitarbeitende,
 Facharbeitende

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
 SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

B

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Textstudium, Bearbeitung von Fallbeispielen, Präsenzdiskussion

Modultyp

Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Aufgabenbereiche im Museum

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.

Inhalt des Teilmoduls

Überblick über alle Aufgabenbereiche im Museum und deren Besonderheiten

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können die wichtigsten Aufgabenbereiche und Berufe der Museen wiedergeben
- sind in der Lage, 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
- sind im Stande, die Vernetzung der Aufgaben zu erläutern und ein Problembewusstsein für unterschiedliche Arbeitsbereiche zu entwickeln
- verstehen, wie die Bereiche ineinandergreifen und nur als Team zu bewerkstelligen sind
- sind im Stande, ein Organigramm zu entwickeln und Abläufe und Prozesse in einem Museum zu beschreiben.

Fachexpert_innen

[Dr. Ulrike Lehmann](#), ART | COACHING und PR | ORANGE, Freiburg
[Dr. Christian Wacker](#), Universität Freiburg, museOn

Zielgruppe

Quereinsteigende, Volontär_innen, Azubis, FSJ, Verwaltungsmitarbeitende, Technische Mitarbeitende, Facharbeitende

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

70% / 30%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
 SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

B

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Laborphase

Modultyp

Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Zukunft der Museen

Der Kurs stellt verschiedene Strategien von Neukonzeptionen und Neubauten vor und wirft einen Blick auf internationale Entwicklungen der Museumslandschaft. Die Teilnehmenden werden dazu eingeladen, Zukunftsvorstellungen für ihre eigenen Museen zu entwickeln.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung
- 2 . Zukunftsmodelle, Aktuelle Positionen zur Zukunft der Museen
- 3 . Zukunftsperspektiven für zentrale Themenbereiche (Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Forschen)
- 4 . Entwicklung eines eigenen Zukunftsmodells für Ihr Haus / Ihre Arbeit

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind fähig, aktuelle Debatten um die Zukunft der Museen (Positionen) zu schildern
- sind im Stande, Zukunftsperspektiven für zentrale Themenbereiche (Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Forschen) wiederzugeben und zu vergleichen
- sind in der Lage, ein eigenes Zukunftsmodell für Ihr Haus / Ihre Arbeit zu entwickeln.

Fachexpert_innen

[Sonja Thiel](#), Universität Freiburg, museOn
[Dr. Christian Wacker](#), Universität Freiburg, museOn

Zielgruppe

Personen, die strategische Positionen im Museum wahrnehmen wollen, bzw. die Zukunft der Museen aktiv mitgestalten wollen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

WS: KW 46-50
 SoSe: KW 20-24

Präsenzphase

C

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Onlinemeetings, Abschlussdiskussion

Modultyp

Teilmodul zum Modul Überblicken, in allen Modulen belegbar

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Das inklusive Museum

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.

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung und Begrifflichkeiten
- 2 . Lektüre von Schlüsseltexten und aktuellen Publikationen
- 3 . Best Practice Beispiele
- 4 . Eigenstudium
- 5 . Vertiefung und Diskussion in der Präsenzphase

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können die Begriffe „Barrierefreiheit“ und „Inklusion“ unterscheiden und erläutern
- sind in der Lage, die Voraussetzungen für Inklusion und Zugänglichkeit in Museen zu reflektieren
- sind fähig, politische und ethische Richtlinien zu interpretieren und wiederzugeben
- sind im Stande, eine Bedarfsanalyse der diversen Zielgruppen durchzuführen
- können Bedeutung, Möglichkeiten, Herausforderungen der inklusiven Bildung und Vermittlungsformate im Museum wiedergeben
- sind in der Lage, aktuelle Maßnahmen, Entwicklungen und Methoden im Bereich der inklusiven Ausstellungsdidaktik und -gestaltung, Vermittlung (personell, digital) und Marketing zu beschreiben

Fachexpert_innen [Angelika Zinsmaier](#), Städtische Museen Freiburg

Zielgruppe Alle

Kursart Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse keine

Online/Präsenz 70% / 30%

Kurszeitraum WS: KW 2-6
SoSe: KW 25-29

Präsenzphase C

Online-Meetings keine

Sprache Deutsch

Lehr-/Lernformen E-Lectures, Lektüre, Erstellung von Checklisten, Abschlusspräsenz

Modultyp Teilmodul zum Modul Überblicken, in allen Modulen belegbar

Creditpoints 1

Lernaufwand 25-30 h

Geschichte der Museen und Sammlungen

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.

Inhalt des Teilmoduls

1. Einführung: Historische Grundlagen des Sammelns und der Museen.
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).

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- wissen verschiedene Strategien in vorhandenen Sammlungen zu identifizieren und zu bewerten.
- sind in der Lage, die Potentiale von (eigenen / bzw. zu betreuenden) Sammlungen zu begründen
- sind fähig, die historischen Kontexte (mit ihren jeweiligen Funktionen zwischen Erkenntnis, Repräsentation, Gelehrsamkeit und Bildung) auszuarbeiten
- sind im Stande, Möglichkeiten zu definieren, wie diese möglicherweise auch für den Besuchenden sichtbar gemacht werden können

Fachexpert_innen

[Prof. Dr. Anna Schreurs-Morét](#),
Kunstgeschichtliches Institut,
Universität Freiburg
[Jennifer Trauschke M.A.](#),
Kunstgeschichtliches Institut,
Universität Freiburg
[Angelika Eder M.A.](#),
Kunstgeschichtliches Institut,
Universität Freiburg

Zielgruppe

Volontär_innen, Personen, die mit Sammlungen arbeiten oder sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

findet im WS 2017/2018 nicht statt (KW 36-40)
SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Studientext, Expertenvideos, vertiefende Lektüre, E-Test, Forumdiskussion, Recherche, Präsentation

Modultyp

Teilmodul zum Modul Überblicken, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Evaluationsmethoden

Evaluationsmethoden 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können die gängigsten Evaluationsmethoden wiedergeben
- sind fähig, den Aufwand, die Durchführbarkeit und den Nutzen einer Evaluation für digitale Angebote einzuschätzen
- sind im Stande, die Ergebnisse einer Evaluation zu verstehen und die Qualität der Evaluation einzuordnen

Fachexpert_innen

[Dr. Stéphanie Wintzerith](#),
selbstständige
Besucherforscherin, Karlsruhe

Zielgruppe

Alle

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

findet im Wintersemester nicht
statt (KW 41-45)
SoSe KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lecture, Selbststudium,
Lerncomic, 2 Online-Meetings,
Case Studies

Modultyp

Teilmodul zum Modul
Überblicken, auch belegbar in
Ausstellen, Vermitteln,
Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

9.2 Modul 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 Entsammeln 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 Dokumentieren
- Risikomanagement und Versicherung
- Sammlungsmanagement
- Verpackung und Transport

Sammlungskonzept und -strategie

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 Fragen der Themenvielfalt oder neuer Materialien betreffend, verlangen die Erarbeitung von Konzept und Strategie eine intensive, intellektuelle Auseinandersetzung. 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Analyse
- 2 . Ethische Grundlagen ICOM
- 3 . Potenzialität der Objekte
- 4 . Erstellung eines Sammlungskonzeptes

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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 Museums, historische Herleitung), Sammlungskonzept (falls schriftlich vorhanden), Sammlungsstrategie (falls schriftlich vorhanden) und können die unterschiedlichen Interdependenzen zu den Schnittstellen wie Kurator_innen, Konservator_innen und Vermittler_innen qualitativ benennen.

Fachexpert_innen

[Christof Kübler](#),

Kunsthistoriker, freischaffender Kurator, Zürich

Zielgruppe

Kurator_innen, Kustod_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse
"Sammlungstheorien",
Grundkenntnisse
Museumsentwicklung

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
SoSe: KW 10-40

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Eigenarbeit, Online-Meetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Ausstellen, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Inventarisieren und Dokumentieren

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 Erwerbungs Vorgangs werden erörtert. Die damit verbundene Dokumentation der Provenienz und deren Bedeutung werden erläutert.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Dokumentation als Kernaufgabe des Museums bzw. einer Sammlung und Grundlage der Arbeit mit Objekten im Rahmen von Ausstellungen und Leihverkehr
- 2 . Veränderungen der Dokumentation durch den Einsatz von EDV-gestützten Datenbanksystemen
- 3 . Klassische museale Dokumentation zur Informationsverwaltung intern und extern in Onlinedatenbanken in der modernen Informationsgesellschaft

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- Die Teilnehmenden
- sind in der Lage, ein Objekt nach Museumsstandards zu formalisieren und visuell zu erfassen
- können die notwendigen Objektakten erstellen
- sind mit den vertraglichen, verwaltungstechnischen und finanzrelevanten Unterlagen zur vollständigen Dokumentation der Provenienz eines Sammlungsobjektes vertraut und können diese zusammenführen.

Fachexpert_innen

[Volker Thiel](#), Registrars Deutschland e.V., Hause der Geschichte, Bonn

Zielgruppe

Personen, die mit Objekten und in musealen oder anderen Sammlungen arbeiten

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Museale Erfahrung mit Objekten

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Wikiarbeit, Lektüre, Peer Feedback, Online-Meeting

Modultyp

Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Risikomanagement und Versicherung

Inhaltlicher Schwerpunkt des Teilmoduls ist zunächst das Aufzeigen von Risikosphären und -kategorien sowie Haftungs-, Substanz-, Bewegungs- und stationäre Risiken. Die Teilnehmer sollen an die Risikoerkennung und den Umgang mit jenem herangeführt werden. Abschließend werden konkrete Methoden zur Risikovermeidung bzw. -Minimierung vorgestellt.

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.

Inhalt des Teilmoduls	Fachexpert_innen	Dr. Stephan Zilkens , Zilkens Fine Art Insurance Broker GmbH, Köln Christiane Röllner , Zilkens Fine Art Insurance Broker GmbH, Köln
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	Zielgruppe	Verantwortungsträger_innen, Registrar_innen, Logistiker_innen, Kurator_innen, Ausstellungsmanager_innen
Lernergebnisse	Kursart	Aufbaukurs
Die Teilnehmenden	Empfohlene Vorkenntnisse	keine
• haben im Laufe des Teilmoduls ein Gefühl für Risiken entwickelt und sind in der Lage Risiken zu diagnostizieren • kennen verschiedene Maßnahmen, angepasst auf die jeweilige individuelle Situation • kennen den Unterschied zwischen Haftungs- und Substanzrisiken sowie den Managementregelkreis für das Risikomanagement • sind langfristig in der Lage, durch das im Teilmodul entwickelte Bewusstsein für Fallstricke und Hürden, den Umgang mit versicherungstechnischen Themen ihrer eigenen Einrichtung zu professionalisieren.	Online/Präsenz	100% / 0%
	Kurszeitraum	Findet nicht statt im Wintersemester 2017/2018 (KW 46-50) SoSe: KW 20-24
	Präsenzphase	keine
	Online-Meetings	1
	Sprache	Deutsch
	Lehr-/Lernformen	Filme, E-Lectures, Lektüre
	Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen
	Creditpoints	1
	Lernaufwand	25-30 h

Sammlungsmanagement

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.

Inhalt des Teilmoduls 1. Standortverwaltung: Ortsveränderungen von Objekten 2. Retrospektive Dokumentation oder die Erschließung von Sammlungen 3. Laborphase: Sammlungsmanagement im Zentralen Kunstdepot der Städtischen Museen Freiburg als Best Practice-Beispiel Lernergebnisse Die Teilnehmenden • 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.	Fachexpert_innen Edgar Dürrenberger, Städtische Museen Freiburg Dr. Tilmann von Stockhausen, Städtische Museen Freiburg Zielgruppe Sammlungsmitarbeiter_innen Volontär_innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Grundkenntnisse Dokumentation, Grundkenntnisse Projektmanagement Online/Präsenz 80% / 20% Kurszeitraum WS: KW 2-6 SoSe: KW 25-29 Präsenzphase C Online-Meetings 1 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Skript, Lektüre, Onlinemeeting, Forum, Film, Präsenz Modultyp Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Ausstellen, Managen, Digitalisieren Creditpoints 1 Lernaufwand 25-30 h
--	--

Verpackung und Transport

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Standortverwaltung: Ortsveränderungen von Objekten
- 2 . Retrospektive Dokumentation oder die Erschließung von Sammlungen
- 3 . Laborphase: Sammlungsmanagement im Zentralen Kunstdepot der Städtischen Museen Freiburg als Best Practice-Beispiel

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- kennen die Komplexität des Transportes von Kulturgütern und sind in der Lage, ihre eigene Rolle und Verantwortlichkeit in diesem Kontext zu definieren
- kennen die Risiken in Bezug auf den Transport von Kulturobjekten und haben ein Bewusstsein für die Möglichkeiten der Risikominimierung durch geeignete Verpackungs- und Transportverfahren
- können Spezifika von Verpackungsmaterialien und deren Einsatz in verschiedenen Verpackungskontexten benennen.

Fachexpert_innen	Michael Golz , Hasenkamp Holding, Köln
Zielgruppe	Sammlungsmitarbeiter_innen
Kursart	Basiskurs
Empfohlene Vorkenntnisse	Die Grundlagen der Qualitätssicherung sind bekannt
Online/Präsenz	80% / 20%
Kurszeitraum	Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 36-40) / SoSe: KW 10-14
Präsenzphase	B
Online-Meetings	1
Sprache	Deutsch
Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Lektüre, Online-Meeting, Laborphase
Modultyp	Teilmodul zum Modul Sammeln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen
Creditpoints	1
Lernaufwand	25-30 h

9.3 Modul 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 Gestalter_innen und anderen Dienstleistern? Auch theoretische Fragen über 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

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. In der heutigen Zeit hat sich das Feld der Szenografie geweitet. Das Spektrum reicht vom Theater und Film, freier Kunst, virtuellen Räumen und Installationen bis hin zu dem großen Feld der Ausstellungen und Museen sowie den Themen- und Markenwelten.

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, auch der räumlichen Grafik, sämtlichen 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Begriff und Analyse einzelner Bausteine der Szenografie
- 2 . Einsatz von Szenografie in Ausstellungen

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- kennen die Bedeutung von Szenografie und der dazu relevanten Begriffe
- sind im Stande, verschiedene Techniken anzuwenden und dreidimensionale, begehbare sowie narrative Räume zu schaffen oder die Schaffung derselben zu betreuen
- setzen das Erfahrene in einem fiktiven Projekt um.

Fachexpert_innen

[Matthias Kutsch](#), Vorsitzender Verband der Ausstellungsgestalter in Deutschland; Impuls-Design, Erlangen

Zielgruppe

Kurator_innen
Wissenschaftliche Mitarbeiter_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

70% / 30%

Kurszeitraum

WS: KW 2-6
SoSe: KW 25-29

Präsenzphase

B

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Lektüre, Präsenz

Modultyp

Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Vermitteln, Vermarkten, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Ausstellungsplanung und -management

Eine professionelle Ausstellungsplanung ist die Voraussetzung dafür, dass eine Ausstellung umfassend erfolgreich sein kann. In dem Teilmodul wird das Handwerkszeug für diese Grundlagenarbeit vermittelt.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Grundlagen der Ausstellungsplanung und Management
- 2 . Praxis des Ausstellens. Planungsphase, Realisierungsphase, Aktionsphase, Abschlussphase

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- kennen die Komplexität des Transportes von Kulturgütern und sind in der Lage, ihre eigene Rolle und Verantwortlichkeit in diesem Kontext zu definieren
- kennen die Risiken in Bezug auf den Transport von Kulturobjekten und haben ein Bewusstsein für die Möglichkeiten der Risikominimierung durch geeignete Verpackungs- und Transportverfahren
- können Spezifika von Verpackungsmaterialien und deren Einsatz in verschiedenen Verpackungskontexten benennen.

Fachexpert_innen

[Fiona Hesse](#), Fondation Beyeler, Basel
[Dr. Ulf Küster](#), Fondation Beyeler, Basel
[Dr. Tilmann von Stockhausen](#), Städtische Museen Freiburg
[Dr. Christian Wacker](#), museOn | weiterbildung & netzwerk

Zielgruppe

Ausstellungsmacher_innen, die ihre Arbeit professionalisieren wollen
 Quereinsteiger_innen, die im Ausstellungsbereich / Projektmanagement arbeiten wollen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
 SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lernvideos, E-Lectures, Textarbeit, Modelle

Modultyp

Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Vermitteln, Vermarkten, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Schreiben und Texten für Ausstellungen

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Der Text im Text
- 2 . „Lasst Objekte sprechen! – Aber bitte mit Kontext!“
- 3 . Präsenz: Ausstellungssemiotik; Texte als Produkte; Textproduktion
- 4 . Wissenschaftskommunikation als Kontinuum
- 5 . Verständlichkeit – wozu und wie
- 6 . Textstruktur: Gliederung (Makro), Formulierung (Mikro)
- 7 . Stilistik, Rhetorik
- 8 . Evaluierung von Texten
- 9 . Selbststudium

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, Museumstexte sachgerecht, verständlich und zielgruppengerecht zu formulieren
- ermitteln Kriterien und Maßstäbe zur Beurteilung der Adäquatheit von Texten
- können die erlernten Textverständlichkeitsmodelle und Texttypologien bewerten
- verstehen sich darauf, die Textverständlichkeitsmodelle und Texttypologien hinsichtlich der Anwendbarkeit in ihrem eigenen beruflichen Umfeld zu beurteilen
- sind in der Lage, selbst Texte zu erstellen und/oder zu modifizieren.

Fachexpert_innen

[Dr. Werner Schweibenz](#)

Bibliotheksservicezentrum
Baden-Württemberg, Konstanz
[Dr. Michael Huter](#), Huter & Roth
KG, Wien

Zielgruppe

Ausstellungsmacher_innen
Personen, die in der
Öffentlichkeitsarbeit tätig sind

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

WS: KW 46-50
SoSe: 20-24

Präsenzphase

B

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lernvideos, E-Lectures,
Textarbeit, Modelle

Modultyp

Teilmodul zum Modul
Ausstellen, auch belegbar in
Überblicken, Vermitteln,
Vermarkten, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Ausstellungsdrehbuch / Interpretive Planning

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, ihren Planungsprozess bei Ausstellungen zu optimieren
- verstehen sich darauf, eine informative und umfassende Ausstellungsinformation für den Designer zu entwickeln
- beachten für die Entwicklung eines Ausstellungsdesigns die Visionen der Institution, die Zielgruppe des Museums, die amtlichen Ziele sowie die Kommunikationsziele und können diese reflektieren.

Fachexpert_innen

[Eric Langham](#), Barker Langham, London

Zielgruppe

Personen, die an der Ausstellungsentwicklung beteiligt sind
Kurator_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Englisch

Lehr-/Lernformen

Video, E-Lecture, Wiki, Online-Meeting

Modultyp

Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Vermitteln, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Objekte und Wissen

Das Teilmodul behandelt den für Museen und Ausstellungen zentralen Zusammenhang zwischen Dingen / Artefakten / Objekten und dem durch sie vermittelten oder generierten Wissen.

Ziel ist ein reflektiertes Bewusstsein von unterschiedlichen Formen des Umgangs mit Dingen – als Wissensträger oder -generator und mit ihren verschiedenen auratisierten oder autoritativen Funktionen.

Inhalt des Teilmoduls

- Objektbeschreibung
- Materielle Kultur
- Das Objekt in neuen Perspektiven

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können Wissensinhalte und Wissensformen beschreiben und bewerten
- sind in der Lage, die Objekte in Form von Bedeutungen zu nennen und zu unterscheiden
- sind im Stande, Begriffe des Themenfeldes wiederzugeben
- vermögen es, den Einfluss der Ausstellungs- und Museumsobjekte auf die Wissensvermittlung, Erfahrungen und Erlebnisse wiederzugeben und zu reflektieren
- setzen die Ausstellungs- und Museumsobjekte effektiv ein
- können den Konstruktionscharakter der Objekte und Objektszenarien, die im Museum zur Vermittlung verwendet werden, beschreiben
- sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen der Kontext- als auch Betrachterabhängigkeit und den verwendeten Objekten und Objektszenarien zu beschreiben und zu bewerten
- sind sich der Möglichkeiten, Grenzen und Gefahren gelenkter Wissensvermittlung bzw. -generierung durch Objekte bewusst
- sind in der Lage, das Spannungsfeld von „Materieller Kultur“ und „Kunstwerk im musealen Kontext“ wiederzugeben.

Fachexpert_innen

[Prof. Dr. Ralf von den Hoff](#),

Universität Freiburg, Klassische Archäologie

[Tina Brüderlin](#), Städtische

Museen Freiburg, Museum Natur und Mensch

[Jennifer Trauschke](#), Universität

Freiburg, Institut für

Kunstwissenschaften

Zielgruppe

Personen, die sich intensiver mit dem Potenzial von Objekten beschäftigen wollen
Wissenschaftliche
Volontär_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 36-40)
SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Video, Textarbeit, Audio, Forumsarbeit, Studententext

Modultyp

Teilmodul zum Modul Ausstellen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Vermitteln, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

9.4 Modul 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_innen stellen den Bezug zwischen Besuchern und dem Objekt oder dem Ausstellungserlebnis her, 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_innen, 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 in diesem Modul eine Rolle.

Teilmodule:

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

Einführung Bildung und Vermittlung im Museum

Was sind 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 sich daraus für eine innovative Museumsarbeit 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.

Inhalt des Teilmoduls

1. Einführung in das Arbeitsfeld Bildung 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen

[Antje Kayzers](#), TECHNOSEUM Mannheim; Bundesverband Museumspädagogik
[Dr. Maren Ziese](#), Stiftung Genshagen, Kunst- und Kulturvermittlung in Europa

Zielgruppe

Vermittler_innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, E-Lecture, Wiki, Video

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Museale Erzählwelten

Museen sind Orte des Erzählens. Künstler_innen und Kurator_innen benutzen erzählerische Strategien in ihren Arbeiten, die Vermittlung setzt auf das Erzählen, um Inhalten 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 und 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 Museumsinhalten oder als Ausgangspunkt einer Ausstellung dienen können.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung
- 2 . Erzählwelten
- 3 . Museum als Erzählraum
- 4 . Erzählen in den Medien
- 5 . Abschluss

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen

[Prof. Dr. Axel Vogelsang](#),
Universität Luzern
[Rebecca Hagelmoser](#),
Narratool, Dortmund
[Jelena Löckner](#), Narratool,
Dortmund

Zielgruppe

Vermittler_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Englisch-Sprachkenntnisse

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Vorstellungs- und
Erklärvideo, Forum, E-Portfolio,
Onlinemeetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul
Vermitteln, auch belegbar in
Sammeln, Ausstellen,
Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Besucherorientiertes Denken und Handeln

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen

[Dr. Matthias Henkel](#), Freie Universität Berlin; Embassy of Culture, Berlin

Zielgruppe

Kurator_innen, Vermittler_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 46-50
SoSe: KW 20-24

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, E-Lecture, Filme, Online-Meetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Von der Ausstellung zum Programm

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 eruieren 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?

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Vermittlungswege in der Ausstellung
- 2 . Ausstellungsprogramme
- 3 . Wege der Vermittlung
- 4 . Erstellen von Ausstellungsprogrammen
- 5 . Checkliste zu Ausstellungsprogrammen

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen

[Dr. Helena Pastor](#), Städtische Museen Freiburg
[Dr. Christian Wacker](#), Universität Freiburg, museOn

Zielgruppe

Personen, die in der Bildung und Vermittlung arbeiten
 Kurator_innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

WS: KW 2-6
 SoSe: KW 25-29

Präsenzphase

C

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Video, E-Lectures, Skripte, Literatur, Wiki, Präsenz

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Selbstbestimmter Museumsbesuch

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 nutzen. 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Kulturwandel
- 2 . Motivation der Besucher_innen
- 3 . Wissensproduktion
- 4 . Dialog schaffen und Umbau zum nutzerzentrierten Museum
- 5 . Methoden und Moderation

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen [Sabine Jank](#), szenum Berlin

Zielgruppe Kulturmanager_innen
Kurator_innen
Vermittler_innen

Kursart Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse Sprachkenntnisse Englisch

Online/Präsenz 100% / 0%

Kurszeitraum Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 36-40)
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase keine

Online-Meetings 1

Sprache Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen Online-Meeting, E-Lectures, Forum, Lektüre

Modultyp Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen

Creditpoints 1

Lernaufwand 25-30 h

Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung: (Kunst)Vermittlung in Museen
- 2 . Positionen Ästhetische Forschung und Dialogische Kunstvermittlung
- 3 . Entwicklung eines eigenen Konzeptes
- 4 . Präsentation (Präsenz)

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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
- entwickeln ein Konzept für eine Vermittlungseinheit, welche in Idee und konkreter Ausführung Bezug auf behandelte Positionen nimmt.

Fachexpert_innen

[Julia Hefti](#), Vitra Design Museum, Weil am Rhein

Zielgruppe

Vermittler_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

70% / 30%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 41-45)
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

B

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Konzeption einer Vermittlungseinheit, Präsenz

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Edutainment

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.

This course will help you understand why and how you should be creating popular, entertaining, fun experiences in your museum.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . What is Edutainment?
- 2 . Fun Palaces
- 3 . Hard Fun – challenging not overwhelming
- 4 . Film as Edutainment
- 5 . The Edutainment Tool Box
- 6 . Re-invention of Edutainment
- 7 . The Future

Lernergebnisse

The participants

- are able to analyse Edutainment by weaving together academic discourse with industry benchmarks
- get help foster their critical assessment skills with regards to museums and exhibitions by learning playfully.

Fachexpert_innen	Eric Langham , Barker Langham, London
Zielgruppe	Personen, die in der Bildung und Vermittlung arbeiten Volontär_innen
Kursart	Aufbaukurs
Empfohlene Vorkenntnisse	Sprachkompetenz Englisch
Online/Präsenz	100% / 0%
Kurszeitraum	Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 46-50) SoSe: KW 20-24
Präsenzphase	keine
Online-Meetings	1
Sprache	Englisch
Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Filme, E-Portfolio, Onlinemeeting, Wiki
Modultyp	Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten
Creditpoints	1
Lernaufwand	25-30 h

Interkulturelle Vermittlung

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. 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 rassismuskritische und diskriminierungssensible Vermittlungsarbeit an.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung in die Diskurse
- 2 . Förderstrukturen
- 3 . Fallstudien; Handreichungen und Leitfäden
- 4 . Identitätspolitik und Selbstsensibilisierung
- 5 . Museumsanalyse

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- erhalten Wissen über unterschiedliche fachliche Perspektiven auf das Thema
- kennen Handlungskonzepte und Vernetzungsmöglichkeiten
- sind in der Lage zur Selbstpositionierung.

Fachexpert_innen

[Dr. Maren Ziese](#), Stiftung Genshagen, Kunst- und Kulturvermittlung in Europa, Genshagen

Zielgruppe

Personen, die in der Bildung und Vermittlung arbeiten
Volontär_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Sprachkompetenz Englisch

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 2-6) / SoSe: KW 25-29

Präsenzphase

C

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lecture, Lektüre, Gruppenarbeit, Präsenz

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Partizipative Modelle, Begriffe
- 2 . Organisationskultur
- 3 . Sensibilisierung für Stakeholder
- 4 . Prozesse, Methoden, Prototyp

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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.

Fachexpert_innen

[Sabine Jank](#), szenum Berlin
[Angelika Zinsmaier](#), Städtische Museen Freiburg

Zielgruppe

Kulturmanager_innen,
 Kurator_innen, Vermittler_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Sprachkompetenz Englisch

Online/Präsenz

75% / 25%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 41-45) / SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

B

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Onlinemeetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Überblicken, Ausstellen, Vermarkten, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Outreach-Programme

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.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Best-Practice-Modelle 2 . Motivation der Museen 3 . Rahmenbedingungen 4 . Methodenkompetenz Lernergebnisse Die Teilnehmenden • 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 passenden Methoden für ein individuelles Programm auszuwählen.	Fachexpert_innen Sabine Jank, szenum Berlin Sonja Thiel, Universität Freiburg, museOn Zielgruppe Kurator_innen Vermittler_innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Sprachkompetenz Englisch Online/Präsenz 75% / 25% Kurszeitraum Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 2-6) SoSe: KW 25-29 Präsenzphase C Online-Meetings 1 Sprache Deutsch / Englisch Lehr-/Lernformen Lektüre, Wiki, E-Lecture, Online-Meetings, Präsenzphase Modultyp Teilmodul zum Modul Vermitteln, auch belegbar in Ausstellen, Vermarkten, Managen Creditpoints 1 Lernaufwand 25-30 h
---	---

9.5 Modul 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 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
- Das Museum als Marke
- Öffentlichkeitsarbeit

Strategisches Marketing

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 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 strategisch-operatives Management. Das Teilmodul wird die Marketingkonzeption als strategisches Vorgehen vorstellen.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung und Best Practice Beispiele
- 2 . Von der Wirtschaft lernen
- 3 . Marketing als ganzheitliches Management
- 4 . Onlinemarketing und Abschluss

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- 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 anzuwenden
- haben ein Verständnis für Marketing entwickelt und sind in der Lage, Ansätze daraus in ihre eigene Arbeit zu integrieren.

Fachexpert_innen

[Dr. Ulrike Lehmann](#), ART | COACHING und PR | ORANGE, Freiburg/ Düsseldorf

Zielgruppe

Quereinsteiger_innen, Verantwortliche, Volontär_innen, Verwaltungsmitarbeiter_innen, Pressereferent_innen, Kurator_innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Urheberrecht

Das Teilmodul gibt im Rahmen von vier Themeneinheiten einen Überblick über das deutsche Urheberrecht. Zunächst werden die Funktion und der Anwendungsbereich des Urheberrechts erläutert. Anhand des UrhG werden die geschützten Werkarten, die Ausschlussrechte von Urhebern und deren Schranken vorgestellt. Mit den Teilbereichen Urhebervertragsrecht und CC-Lizenzen lernen die Teilnehmer sodann den Umgang als Nutzer mit urheberrechtlich geschützten Werken. In dem Teilmodul wird der Umgang mit dem Urheberrechtsgesetz insbesondere anhand von Beispielen aus dem Museumskontext erlernt. Auch bei der Vermittlung der Inhalte werden hauptsächlich die Regelungen besprochen, die für die Museumsarbeit relevant sind, insbesondere im Bereich der Schrankenregelungen im UrhG.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung in das Deutsche Urheberrecht
- 2 . Das Urheberrechtsgesetz
- 3 . Das Urhebervertragsrecht
- 4 . CC-Lizenzen

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- haben ein Problembewusstsein für Urheberrechtsfragen aufgebaut
- konnten ein Grundverständnis für rechtliche Fragen und deren Einordnung entwickeln
- sind in der Lage, Gesetzestexte aus dem Bereich Urheberrecht zu lesen, auszulegen, zu verstehen und anzuwenden.

Fachexpert_innen

[Eva-Maria Bauer](#), Zentrum für Angewandte Rechtswissenschaft, Karlsruher Institut für Technologie
[Franziska Brinkmann](#), Zentrum für Angewandte Rechtswissenschaft, Karlsruher Institut für Technologie

Zielgruppe

Verantwortungsträger_innen der Öffentlichkeitsarbeit

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Englischkenntnisse, insbesondere Hörverständnis

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Video, E-Lecture, Lektüre, Forumsdiskussion, Multiple Choice Test

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Fundraising

Das Teilmodul „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? Ein 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

Inhalt des Teilmoduls 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)	Fachexpert_innen Prof. Dr. Jörg Lindenmeier, Universität Freiburg Zielgruppe Personen, die in der Abteilung Fundraising / Öffentlichkeitsarbeit tätig sind Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online/Präsenz 100% / 0% Kurszeitraum Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 46-50) SoSe: KW 20-24 Präsenzphase keine Online-Meetings 3 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Lektüre, Onlinemeetings, Etherpad Modultyp Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Managen Creditpoints 1 Lernaufwand 25-30 h
Lernergebnisse Die Teilnehmenden • 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.	

Das Museum als Marke

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.

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 darum, das inhaltlich-konzeptionelle Erscheinungsbild des Museums – das heißt das Profil – strategisch zu entwickeln.

Inhalt des Teilmoduls

- 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- kennen die Definition des Marken-Begriffs in Zusammenhang mit der strategischen Kommunikation für Museen und relevante Literatur
- sind in der Lage, die Markenbildung als einen ganzheitlichen Prozess innerhalb des Museumsbetriebs zu verstehen und kennen den Baukasten der Markenbildung.

Fachexpert_innen

[Dr. Matthias Henkel](#), Freie Universität Berlin; Embassy of Culture, Berlin

Zielgruppe

Personen, die in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit tätig sind
Verantwortungsträger_innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 2-6
SoSe: KW 25-29

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lernvideos, Onlinemeetings, Online-Interaktionen

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen, Digitalisieren

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Öffentlichkeitsarbeit

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 Teilnehmenden bewusst eingebunden.

Inhalt des Teilmoduls

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 im Online-Meeting

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- verstehen sich darauf, Presstexte und -meldungen zu erstellen
- sind in der Lage, Bezugsgruppen zu analysieren und spezifisch anzusprechen
- verstehen sich darauf, die eigene Medienlandschaft zu analysieren und auf Grund dessen einen strukturierten Presseverteiler zu erstellen
- sind im Umgang mit Kommunikations- und Werbemitteln vertraut
- sind im Stande, eine PR-Strategie samt Zeitplan zu entwickeln
- können Checklisten für PR-Aktionen, Pressekonferenzen konzipieren
- sind in der Lage, den Erfolg von PR-Maßnahmen zu bewerten.

Fachexpert_innen

[Klaus Schopen](#)

Schokoladenmuseum Köln

Zielgruppe

Personen, die in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit tätig sind

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im Wintersemester 2017/2018 (KW 36-40)
SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Online, Online-Meetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul Vermarkten, auch belegbar in Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Managen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

9.6 Modul 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

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Trägerschaft und Organisation
- 2 . Private Museen
- 3 . Benchmarking/Analyse
- 4 . Organisationsformen
- 5 . Professionelle Museen

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, die Verwaltungs- und Arbeitsstrukturen innerhalb ihres Hauses zu erläutern
- verstehen sich auf die Optimierung von Arbeitsabläufen
- können verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen beschreiben
- sind in der Lage, verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen hinsichtlich ihrer Eignung für die eigene Institution zu bewerten
- sind im Stande, die aktuelle Diskussion gesellschaftlicher Veränderungen wiederzugeben und ihre Auswirkungen auf die Museen zu erläutern.

Fachexpert_innen

[Otmar Böhmer](#), Kunstmuseum Wolfsburg
[Klaus Schopen](#), Schokoladenmuseum Köln

Zielgruppe

Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von (kleineren) Museen anstreben

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 36-40
 SoSe: KW 10-14

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Textarbeit, Online-Meetings, E-Lectures

Modultyp

Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Methodisches Museumsmanagement

Moderne Museen übernehmen verstärkt professionelle Querschnittsaufgaben 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 Museumsmanagement-Methoden 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Was ist Management?
- 2 . Managementkonzepte
- 3 . Strategisches vs. operatives Management
- 4 . Managementfehler

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, die Theorien der wichtigsten aktuellen Managementmodelle wiederzugeben und Erkenntnisse daraus in spezifischer musealer Praxis anzuwenden
- können die Bedeutung von strategischem und operativem Management beschreiben und beide Formen unterscheiden
- bringen es fertig, die Anwendungsfelder sowohl des strategischen als auch des operativen Managements in der musealen Praxis wiederzugeben
- können die Aufgaben im Management entsprechend der Struktur der Einrichtung zuordnen (öffentlich, privat, nonprofit)
- sind im Stande, den Managementalltag in Museen und Ausstellungen zu analysieren und zu reflektieren
- sind in der Lage, Managementfehler zu erkennen und potenzielle Maßnahmen dagegen zu entwickeln und anzuwenden.

Fachexpert_innen

[JProf. Ann-Kathrin Seemann](#),
Universität Freiburg
[Dr. Christian Wacker](#), museOn,
Universität Freiburg

Zielgruppe

Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Basiskurs "Administrative Strukturen"

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Comicfilm, E-Lectures, Online-Meeting, individuelle Projektarbeit

Modultyp

Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Finanzen und Haushalte

Das Teilmodul vermittelt Informationen und Hintergründe für die Besonderheiten des Finanzwesens in den Museen. Es gibt einen Einblick in Controlling- und Steuerungsmodelle für die selbstständige Planung von Finanzen und Haushalten.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung
- 2 . Die öffentliche Finanzwirtschaft
- 3 . Das Haushaltswesen
- 4 . Mittelbeschaffung für Museen

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- überblicken die Verwaltungs- und Arbeitsstrukturen ihres Hauses und können diese beschreiben
- verstehen sich darauf, die Arbeitsabläufe zu optimieren
- sind in der Lage, verschiedene Konstitutionen und Organisationsformen zu erläutern und in Hinblick auf deren Eignung für die eigene Institution zu bewerten
- können die aktuelle Diskussion gesellschaftlicher Veränderungen und ihre Auswirkungen auf die Museen wiedergeben.

Fachexpert_innen

[Otmar Böhmer](#), Kunstmuseum Wolfsburg

Zielgruppe

Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Basiskurse "Administrative Strukturen" und "Methodisches Management"

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 46-50
SoSe: KW 20-24

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Textarbeit, Online-Meetings, E-Lectures

Modultyp

Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Qualitätsstandards und Qualitätssicherung

Das Teilmodul Qualitätsstandards und Qualitätssicherung stellt Qualitätsmanagementsysteme vor – allgemeingültige 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.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Einführung
- 2 . Zertifizierungsmodelle
- 3 . Standardmodelle des Qualitätsmanagements
- 4 . Experteninterviews

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, die Standards gemäß ICOM Definition/ Code of Ethics des Deutschen Museumsbundes sowie Spektrum für das Sammlungsmanagement und Service für den Besucherservice zu beschreiben
- verstehen sich darauf, die Grundzüge der QM-Modelle ISO 900** und EFQM zu nennen und in Kontext zu museumsspezifischen Akkreditierungs- und/oder Registrierungsverfahren zu bringen
- sind fähig, Vor- und Nachteile eines formalen Verfahrens zum vollständigen oder teilweisen Qualitätsnachweis zu beschreiben.

Fachexpert_innen

[Dr. Anja Dauschek](#), Altonaer Museum Hamburg
[Michael Golz](#), Hasenkamp Holding
[Janine Heinrich](#), Hasenkamp Holding

Zielgruppe

Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder Neugründungen von Museen anstreben

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 2-6
SoSe: KW 20-24

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lecture, Videos, Textstudium, Onlinemeetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Kulturpolitik

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 kulturpolitischem Rechtfertigungsdruck. Das Teilmodul behandelt das Thema „Kulturpolitik“ und Formen des Umgangs 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 Netzwerken.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Was ist Kulturpolitik? Definitionen, Strukturen und Instrumente
- 2 . Allgemeine Rahmenbedingungen für öffentliche und private Museen
- 3 . Langfristige Strategien und kurzfristige Handlungsmöglichkeiten: Fallbeispiele

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, Strukturen und Instrumente der Kulturpolitik zu analysieren und Handlungsfelder für Museen zu identifizieren
- können politisch institutionenrelevante Konstellationen und deren vielfältige Akteure erkennen und differenziert beschreiben
- verstehen sich darauf, die Bedeutung langfristiger Museumsstrategien und ihrer Vermittlung im öffentlichen/politischen Raum nicht nur für die inhaltliche Arbeit, sondern auch für die Institutionenabsicherung zu erkennen
- verstehen die Kommunikationswege in der Kulturpolitik, können den Umgang mit schwierigen kulturpolitischen Situationen antizipieren und Lösungsansätze auch unter Einbeziehung der Öffentlichkeit erarbeiten
- sind im Stande, die Bedeutung von Netzwerken für die dauerhafte Verankerung von Museen zu erkennen.

Fachexpert_innen

[Jan Merk](#), Kulturdezernat Müllheim/Baden und Museumsverband Baden-Württemberg

Zielgruppe

Personen, die an der langfristigen Entwicklung ihrer Häuser mitarbeiten
Personen mit Mehrfachfunktionen an kleineren Häusern

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

Findet nicht statt im WS 2017/2018 (KW 36-40) / SoSe KW 10-14

Präsenzphase

B

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Onlinephase, Textarbeit, Präsenzphase

Modultyp

Teilmodul zum Modul Managen, auch belegbar in Überblicken, Sammeln, Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

9.7 Modul Digitalisieren

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

Museen sind aufgefordert, in der Praxis neue Wege auszuloten, wenn sie in einer digitalisierten Gesellschaft auch weiterhin ihre Relevanz zu bestätigen – 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 Strategie- entwicklung eines Museums eine breite 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 unterstützt Museums- und Kulturschaffende dabei, 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

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.

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.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Objekte 2 . Wahrnehmung 3 . Digitale Medien 4 . Grenzen digitaler Medien Lernergebnisse Die Teilnehmenden • erlangen 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 • sind über Vor- und Nachteile verschiedener Digitaler Medien informiert 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!	<table> <tr> <td>Fachexpert_innen</td><td>Peter Neudert, Impuls Design, Erlangen</td></tr> <tr> <td>Zielgruppe</td><td>Museumsmitarbeiter_innen, die den Einsatz digitaler Medien in Ausstellungen planen</td></tr> <tr> <td>Kursart</td><td>Basiskurs</td></tr> <tr> <td>Empfohlene Vorkenntnisse</td><td>keine</td></tr> <tr> <td>Online/Präsenz</td><td>100% / 0%</td></tr> <tr> <td>Kurszeitraum</td><td>WS: KW 36-40/ SoSe: KW 10-14</td></tr> <tr> <td>Präsenzphase</td><td>keine</td></tr> <tr> <td>Online-Meetings</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Sprache</td><td>Deutsch / Englisch</td></tr> <tr> <td>Lehr-/Lernformen</td><td>E-Lecture, Film, Selbststudium, Gruppenarbeit</td></tr> <tr> <td>Modultyp</td><td>Teilmodul zum Modul Digitalisieren, auch belegbar in Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten</td></tr> <tr> <td>Creditpoints</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Lernaufwand</td><td>25-30 h</td></tr> </table>	Fachexpert_innen	Peter Neudert , Impuls Design, Erlangen	Zielgruppe	Museumsmitarbeiter_innen, die den Einsatz digitaler Medien in Ausstellungen planen	Kursart	Basiskurs	Empfohlene Vorkenntnisse	keine	Online/Präsenz	100% / 0%	Kurszeitraum	WS: KW 36-40/ SoSe: KW 10-14	Präsenzphase	keine	Online-Meetings	1	Sprache	Deutsch / Englisch	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Film, Selbststudium, Gruppenarbeit	Modultyp	Teilmodul zum Modul Digitalisieren, auch belegbar in Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten	Creditpoints	1	Lernaufwand	25-30 h
Fachexpert_innen	Peter Neudert , Impuls Design, Erlangen																										
Zielgruppe	Museumsmitarbeiter_innen, die den Einsatz digitaler Medien in Ausstellungen planen																										
Kursart	Basiskurs																										
Empfohlene Vorkenntnisse	keine																										
Online/Präsenz	100% / 0%																										
Kurszeitraum	WS: KW 36-40/ SoSe: KW 10-14																										
Präsenzphase	keine																										
Online-Meetings	1																										
Sprache	Deutsch / Englisch																										
Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Film, Selbststudium, Gruppenarbeit																										
Modultyp	Teilmodul zum Modul Digitalisieren, auch belegbar in Ausstellen, Vermitteln, Vermarkten																										
Creditpoints	1																										
Lernaufwand	25-30 h																										

eCulture: Partizipative Medien im Museum

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.

Inhalt des Teilmoduls

- 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 und 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, den Begriff eCulture zu beschreiben
- sehen sich im Stande, erste Ansätze einer Vision, Mission sowie Ziele hinsichtlich einer eCulture-Strategie zu präzisieren und auszuformulieren
- sind in der Lage, für ausgewählte Projekte oder Maßnahmen die passenden partizipativen (digitalen und/oder sozialen) Medien zu identifizieren und anzuwenden.

Fachexpert_innen

[Daniele Turini](#), Historisches Museum Basel

Zielgruppe

Mitarbeiter_innen der Öffentlichkeitsarbeit und kuratorisch arbeitende Personen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 41-45
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Online-Meeting, Forumsdiskussion

Modultyp

Teilmodul zum Modul Digitalisieren, auch belegbar in allen anderen Modulen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Digitale Objektdokumentation

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 durch praktische Übungen mit einem Museumsdokumentationssystem ergänzt.

Inhalt des Teilmoduls

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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, die Grundlagen der digitalen Objektdokumentation und die Grundlagen eines Objektdokumentationssystems (imdas) wiederzugeben
- verstehen sich darauf, die Regeln der digitalen Objektdokumentation zu erläutern und anzuwenden
- können die erlernten Grundlagen der digitalen Objektdokumentation beurteilen und modellhaft in Form einer eigenen Konzeption anwenden.

Fachexpert_innen

[Dr. Werner Schweibenz](#)

Bibliotheksservice-Zentrum
Baden-Württemberg, Konstanz

Zielgruppe

Personen, die in Sammlungen
und mit Objekten arbeiten

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

80% / 20%

Kurszeitraum

WS: KW 46-50
SoSe: KW 15-19

Präsenzphase

B

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Skripte zur
Objektdokumentation
allgemein, Unterlagen zur
digitalen Objektdokumentation
(Schulungsunterlagen,
Handreichungen,
etc.), Literaturhinweise.

Modultyp

Teilmodul zum Modul
Digitalisieren, auch belegbar in
Sammeln, Ausstellen,
Vermitteln

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

Digitale Sammlungsstrategien

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.

Nicht Gegenstand des Teilmoduls sind technische und rechtliche Fragen, die sich bei der konkreten Planung und Umsetzung von Digitalisierungsprojekten stellen.

Inhalt des Teilmoduls

1. Einstieg ins Thema (Film)
2. Digitale Sammlungsstrategien
3. Individuelle Studienreise
4. Sammlung von Berichten
5. Auswertung der Reisebereiche (Online-Meeting)

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden sind in der Lage, für konkrete Häuser digitale Strategien in Varianten, begründet und Bezug nehmend auf konkrete Beispiele anderer Häuser zu entwickeln und vorzuschlagen.

Fachexpert_innen

[Gregor Dill](#), Sportmuseum Schweiz, Münchenstein

Zielgruppe

Personen, die strategische Leitungsfunktionen im Bereich des Sammlungsmanagement, der Vermittlung und der Museumspolitik anstreben.

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online/Präsenz

100% / 0%

Kurszeitraum

WS: KW 2-6
SoSe: KW 25-29

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Video, Eigen-Exkursion, Forumsarbeit, Online-Meetings

Modultyp

Teilmodul zum Modul Digitalisieren, auch belegbar in allen anderen Modulen

Creditpoints

1

Lernaufwand

25-30 h

TERMINÜBERSICHT WINTERSEMESTER 2017/2018

[illegible]

Stand: 14.06.2017. Änderungen vorbehalten. Bitte prüfen Sie die Termine bei Kursstart.

11 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 – kommen Sie gerne auf das Team zu!

12 Checkliste

Haben Sie anfolgende 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)

Redaktion:

Sonja Thiel

Texte, Korrektur, Mitarbeit:

Christian Wacker, Barbara Müller, Dorte Hutz-Nierhoff, Sophia Metzler, Barbara Reitz, Clemens Hühnerlehner, Antje-Sophie Menschner

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 Namens-nennung - 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