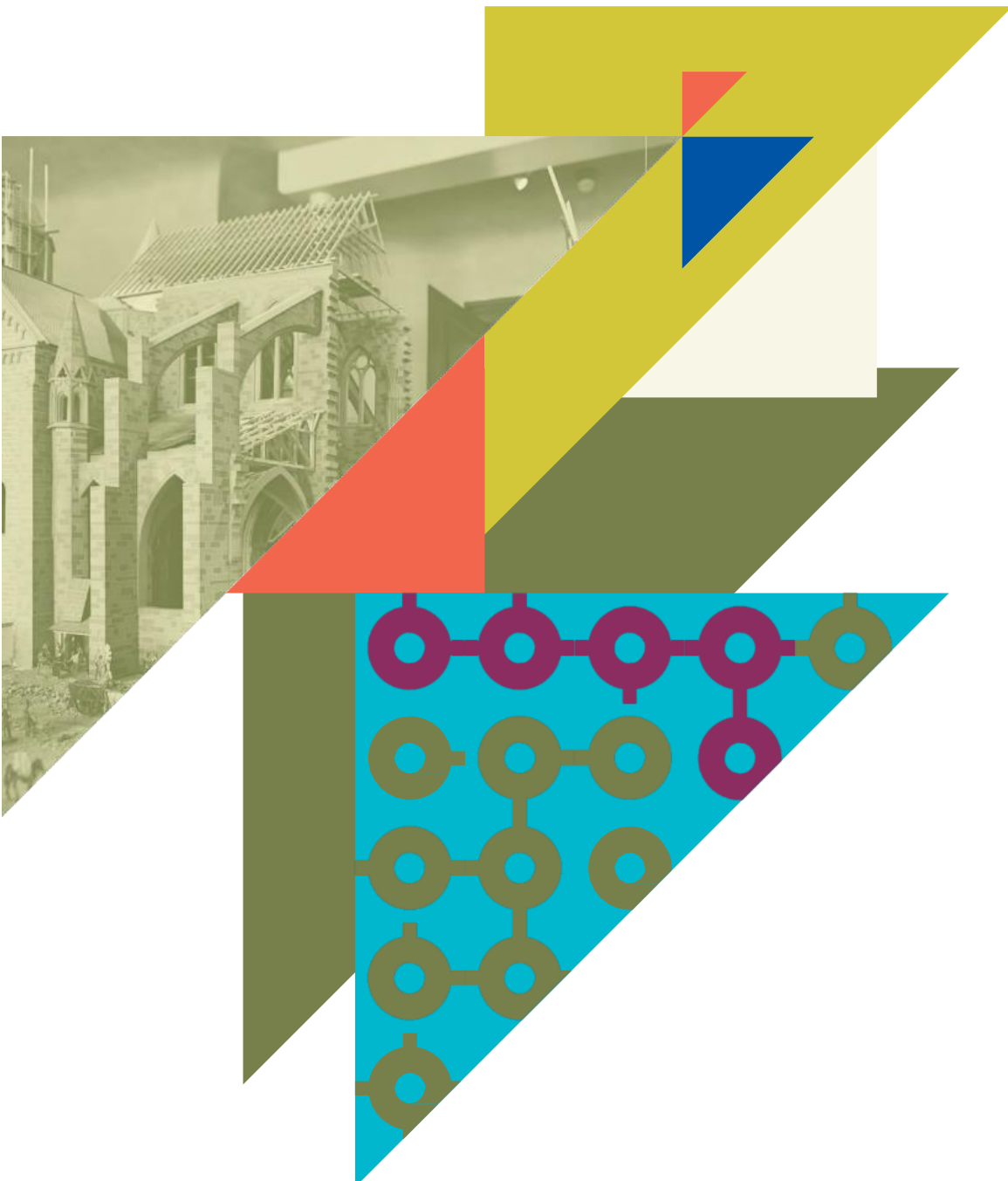


Museum Studies

Wissenschaftliche Weiterbildung

Modulhandbuch 2014-2020



Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG UND HINWEISE ZUR BENUTZUNG	3
2	KONTAKT UND ANSPRECHPARTNER	4
2.1	Kontakt	4
2.2	Ansprechpartner	4
3	STUDIENSTRUKTUR: FLEXIBLES BAUKASTENSYSTEM	5
4	ORGANISATORISCHE HINWEISE	9
4.1	Durchführung der Kurse	9
4.2	Zugang zur Lernplattform	9
4.3	Präsenzphasen	9
4.4	Technische Voraussetzungen für das Online-Studium	9
5	EINLEITUNG	10
6	MODULÜBERSICHT	12
6.1	Begleitkurs	12
6.1	Modul Sammeln	14
6.2	Modul Ausstellen	24
6.3	Modul Vermitteln	32
6.4	Modul Vermarkten	47
6.5	Modul Managen	54
7	IMPRESSUM	69

Teil 1

Einführungen und Hinweise

1 Einleitung und Hinweise zur Benutzung

museOn ...

- ... ist eine flexible kompetenzorientierte Weiterbildung im Blended-Learning-Format für Berufstätige aus Museen sowie verwandten Bereichen.
- ... ermöglicht eine zielgerichtete, praxisnahe und lösungsorientierte Weiterbildung in einem oder mehreren Teilgebieten der Museumsarbeit.
- ... unterstützt diejenigen, deren Ziel eine langfristige Professionalisierung und Qualitätsentwicklung von musealer bzw. kultureller Arbeit ist.
- ... schafft Räume, um strategische Überlegungen zur Museumsarbeit gemeinsam mit anderen Fachleuten zu entwickeln und schafft neue Netzwerke für die museale Arbeit.
- ... verzahnt aktuelle wissenschaftliche und berufspraktische Erkenntnisse zu allen Aufgabenbereichen des Museums.
- ... bietet das Handwerkszeug für eine zeitgemäße Museumsarbeit.
- ... vermittelt in den Online-Phasen Fach- und Methodenkompetenz, Sozial- und Selbstkompetenz, kommunikative Kompetenz sowie digitale Kompetenz durch aufgabenbasierte Lernaktivitäten (individuell und kollaborativ).
- ... ist neben Ort der Wissensvermittlung auch Ort der Reflexion und Diskussion sowie konkreter Problemlösungen für den Arbeitsalltag.
- ... stellt Praxistipps von Fachexperten und dem Lernnetzwerk zur Verfügung und ermöglicht den Transfer des Erlernten in die berufliche Praxis.

Das Studienprogramm

- ist modular konzipiert und flexibel und kumulativ studierbar
- wird intensiv durch geschulte E-Tutor*innen betreut

Das Modulhandbuch

- bietet einen Überblick über alle Module und Teilmodule
- Liefert eine Kurzbeschreibung pro Kurs
- Schlüssel die Lernziele und Lernergebnisse auf
- Bietet einen Überblick über Kurszeitraum, Lernformen und Onlinemeetings

Weitere wichtige Ressourcen zur individuellen Studienplanung:

- Jeweils aktueller Semesterplan auf der Website (Termine)
- Aktuelle Studien und Prüfungsordnung
- Rahmensatzung zum Kontaktstudium
- Anmeldeformular für die Kursbelegung auf der Website

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

2 Kontakt und Ansprechpartner

2.1 Kontakt

Universität Freiburg – FRAMAS
museOn | weiterbildung & netzwerk

Albertstraße 14a
D – 79104 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 und Team

Dr. Ilka Backmeister-Collacott, Wiss. Projektleitung
E-Mail: ilka.backmeister@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98612

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

Antje-Sophie Menschner, Studienmanagement
E-Mail: maren.eichmeier@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-96799

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

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

3 Studienstruktur: Flexibles 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?

Mit dem Baukastensystem haben Sie die Möglichkeit, sich Ihr Kursprogramm selbst zusammenzustellen und in Ihrem individuellen Tempo zu studieren. Es ermöglicht Ihnen ebenfalls, bereits erworbene Teilnahmebescheinigungen zu einem Zertifikatsabschluss zu erweitern.

3.1 Studienstruktur im Überblick:

- Das modular aufgebaute Baukastensystem ermöglicht einen raschen Zugriff auf Wissen und zugleich eine Auswahl der Studieninhalte gemäß den individuellen Bedürfnissen und Zielen.
- Studienempfehlungen finden Sie auf der Website und in Beratungsgesprächen
- 2 Hochschul-Weiterbildungsabschlüsse – Certificate of Advanced Studies (CAS, 10 ECTS-Punkte) und Diploma of Advanced Studies (DAS, 30 ECTS-Punkte) – können mit individueller Schwerpunktsetzung studiert werden.
- DAS kann auch kumulativ erlangt werden (3 CAS).
- Belegung einzelner Kurse ist möglich, da diese in sich abgeschlossene Themenkomplexe behandeln (Short Courses, jeweils 1 ECTS-Punkt)
- Laufzeit pro Kurs: 5 Wochen, Lern-/Bearbeitungszeit: insgesamt 25–30 h (5–6 h/Woche);
- 0–3 Präsenzphasen pro Semester/je nach gewähltem Kurs
- Interaktive Online-Meetings abends, 1–2 x pro Kurs (werktags, 20–21 Uhr)
- Präsenzphasen: „Laborsetting“ am Lernort Museum; fokussieren auf den handlungsorientierten Kompetenzerwerb in Form von konkreten Anwendungsszenarien und ermöglichen die Erprobung der eigenen Lernergebnisse.
- Zertifikatsstudierende: eigener CAS-/DAS-Auftakt und -Abschluss zur Vorbereitung bzw. Präsentation der selbst gewählten Praxisprojekte (Prüfungsleistung)

3.2 Was erwartet Sie bei museOn-Kursen

Die museOn-Kurse verknüpfen wissenschaftliche Grundlagen mit praxisorientierten Konzepten und Handlungsansätzen. In den Online-Phasen erarbeiten Sie theoretische Inhalte, die in verschiedenen Lernformaten präsentiert werden. Dazu gehören z.B. Lernvideos, E-Lectures und wissenschaftliche Texte. Durch verschiedene Aufgaben und Lernaktivitäten können Sie – zum Teil individuell, zum Teil in kleinen Lerngruppen – das theoretisch Erlernte in praxisnahen Aufgaben erproben: Sie identifizieren reale oder fiktive Herausforderungen in Ihrer täglichen Arbeit, analysieren diese und erstellen z.B. Leitfäden, Checklisten und Konzeptskizzen oder spielen Szenarien zum jeweiligen Thema durch. So können Sie das Erlernte direkt in Ihre berufliche Praxis transferieren und dort anwenden.

Unsere Kurse

- sind berufsbegleitend konzipiert.
- dauern fünf Wochen mit einem durchschnittlichen Lernaufwand von 5-6 Stunden pro Woche.
- finden überwiegend online statt.
- sind thematisch in sich abgeschlossen.
- enthalten keine benoteten Abschlussprüfungen.

Um einen Kurs zu bestehen

- beteiligen Sie sich an Online-Diskussionen.

- bearbeiten Sie die gestellten Aufgaben (individuell bzw. in einer Kleingruppe).
- nehmen Sie aktiv an Online-Meetings in einem virtuellen Klassenzimmer teil.
- nehmen Sie (in wenigen Kursen) an einer Präsenzveranstaltung teil.
- reichen Sie fristgerecht Ihre Aufgabenergebnisse ein.

Während der fünf Wochen werden Sie in den Online-Phasen tutoriell durch den Kurs begleitet und von Hochschul- bzw. Museumsexpert*innen fachlich betreut, beraten und unterstützt.

3.2 Blended Learning – dss Beste aus verschiedenen Methoden und Medien

Sie studieren bei museOn überwiegend online. Die Vorteile liegen auf der Hand: Sie können sich flexibel nach dem Berufsalltag, am Wochenende oder am Urlaubsort weiterbilden – ganz wie Sie es sich einrichten. Sie können dies auch von überall tun: Wir stellen Ihnen alle Lerninhalte online zur Verfügung. Ihre Lernmaterialien sind multimedial und interaktiv, sodass Sie die bestmöglichen Lernerfolge verzeichnen können. Ganz nebenbei und niederschwellig lernen Sie dabei auch mit verschiedenen digitalen Werkzeugen umzugehen und räumlich verteilt in virtuellen Teams zusammenzuarbeiten.

Jeder Kurs bei museOn ist individuell im Blended-Learning-Setting konzipiert. Einige der Online-Kurse werden mit einer Präsenzveranstaltung kombiniert (siehe Kursbeschreibungen) – dann nämlich, wenn dies für das Erreichen der Lernziele didaktisch sinnvoll ist (Blended Learning). Diese meist eintägigen Präsenzveranstaltungen finden häufig in Freiburg statt. Sie arbeiten dabei überwiegend handlungsorientiert am Ort des Geschehens – in Museen, Sammlungen oder im Museumsdepot. Neben dem fachlichen Austausch lernen Sie andere Teilnehmer*innen des museOn-Programms kennen und profitieren von deren Erfahrungen. Je nach Lernzielen und -inhalten kann das Verhältnis von Online- und Präsenzveranstaltungen variieren – die meisten Kurse jedoch finden ausschließlich online statt.

Die Kurse von museOn nutzen die ILIAS-Weiterbildungsplattform der Universität Freiburg. Auf der Lernplattform haben Sie im museOn-Bereich zentralen Zugang zu Ihren Kursräumen und Lernmaterialien – orts- und zeitunabhängig. Sie können dort außerdem bequem miteinander kommunizieren und zusammenarbeiten, verschiedene Lernaktivitäten durchführen und Aufgabenergebnisse einreichen. Der museOn-Bereich auf ILIAS ist übersichtlich gestaltet und einfach zu bedienen. Das Angebot lässt sich auch von mobilen Endgeräten ansteuern.

3.3 Arbeiten mit der Lernplattform ILIAS

Auf ILIAS können Sie

- Ihren Arbeitsbereich organisieren und personalisieren, d.h. all Ihre Lerninhalte, Aufgaben und Kontakte einsehen, organisieren und im Kalender terminieren.
- multimedial mithilfe vielfältiger Lernformate (z.B. E-Lectures, Videos, Lernmodule, Fachtexte, Weblinks) studieren.
- sich mit Ihren Kommiliton*innen vernetzen und austauschen:
- über das integrierte Mail- und Nachrichtensystem
- in Foren
- im Chat oder
- in den Online-Meetingräumen.
- über virtuelle Arbeitsgruppen, Wikis, Blogs und Etherpads gemeinsam lernen.
- individuelle E-Portfolios und Blogs gestalten.

3.4 Meetings mit Adobe Connect

Die Online-Meetings in den Kursen (in der Regel ein bis drei pro Kurs) laufen über das Audio- und Videokonferenzsystem Adobe Connect, das als Plugin in die museOn-Lernumgebung auf ILIAS integriert ist. Sie

treffen sich zu vereinbarten Abendterminen unter der Woche (20-21 Uhr) mit Ihrem/r Fachexpert*in, Ihrer Lerngruppe und Ihrem/r Tutor*in. Den Meetingraum finden Sie im jeweiligen ILIAS-Kursraum.

Mithilfe von Adobe Connect können Sie

- live miteinander kommunizieren. Audio- sowie Videokommunikation und Chat sind per Headset, Webcam und Textchat möglich.
- Dokumente teilen. Laden Sie Ihre PowerPoint-Präsentation, Ihre PDF-Dateien oder Ihre Multimedia-Inhalte (z.B. Bild-, Audio- oder Videodateien) in den Online-Meetingraum und teilen und besprechen Sie diese mit anderen Teilnehmenden.
- zusammen an Ergebnissen arbeiten. Kollaborative Werkzeuge wie z.B. das Whiteboard ermöglichen die zeitgleiche Bearbeitung von Inhalten – sowohl im Plenum als auch in virtuellen Arbeitsgruppen.
- Ihren Bildschirm freigeben. Bei Bedarf können Sie anderen Ihren gesamten Bildschirminhalt, einen Ausschnitt oder ein bestimmtes Programm auf Ihrem Computer zeigen.
- aufzeichnen und weiterverarbeiten. Sitzungen im Virtuellen Klassenzimmer lassen sich mitschneiden, bearbeiten und anschließend per Link für die anderen Teilnehmenden veröffentlichen.
- mobil teilnehmen. Nutzen Sie Ihr Tablet oder Ihr Smartphone, um mobil an Meetings teilzunehmen³.

4 Zulassungsbedingungen und Abschlüsse

4.1 Zulassungsbedingungen

Für die Teilnahme an einzelnen museOn-Kursen gelten keine Zulassungsvoraussetzungen. Bitte beachten Sie jedoch die Angabe zur Kursart (Basiskurs / Aufbaukurs) sowie die Empfehlungen zur Zielgruppe in den jeweiligen Kursbeschreibungen.

- Voraussetzung für die Teilnahme am museOn-CAS-Programm sind:
- Hochschulabschluss und qualifizierte Berufserfahrung (mindestens dreimonatige zusammenhängende Tätigkeit) in einem inhaltlich relevanten Bereich oder
- Berufsabschluss und einschlägige Berufserfahrung (mindestens einjährige zusammenhängende Tätigkeit) in einem inhaltlich relevanten Bereich.
- Über die Zulassung weiterer Interessent*innen entscheidet die Studienleitung.
- Die Zulassung erfolgt nach Eingang und Prüfung der Anmeldung zum CAS (Buchung des CAS-Projektmoduls) inkl. aller erforderlicher Unterlagen per E-Mail.

4.2 Abschlüsse

- Das museOn-Programm arbeitet mit Abschlüssen von Swissuni. Für alle Einzelkurse wird nach den Vorgaben des European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) jeweils 1 CP vergeben. Dies entspricht einem Lern- und Arbeitsaufwand von 25-30 Stunden. Die Einbindung ins europäische Kreditpunktesystem ECTS gewährleistet Transparenz über die Qualität des Weiterbildungsangebots.
- Bei museOn | weiterbildung & netzwerk können je nach Buchung verschiedene Abschlüsse angestrebt werden:

4.3 Teilnahmebescheinigung

- Nach erfolgreicher Teilnahme an einem Einzelkurs erhalten Sie eine **Teilnahmebescheinigung** (1 CP).

4.4 CAS Museum Studies

Das CAS (Certificate of Advanced Studies) Museum Studies ist ein universitärer Weiterbildungsabschluss, der von der Universität Freiburg verliehen wird. Es entspricht einem Umfang von 10 CP (Arbeitsaufwand: ca. 250-300 Stunden). Voraussetzung ist das erfolgreiche Absolvieren von sieben Kursen (7 CP) und des Projektmoduls (3 CP). Im Rahmen einer Äquivalenzprüfung (Einzelfallprüfung) können an anderen Hochschulen erworbene Leistungen anerkannt werden.

Je nach Wahl der Kurse können verschiedene Schwerpunkte gesetzt werden:

- Sie kumulieren sieben Einzelkurse aus dem museOn-Kursangebot individuell nach Ihren Interessen und Bedürfnissen und das Projektmodul zum CAS Museum Studies.
- Sie kombinieren sieben Kurse des Kursprofils "Museums- und Kulturmanagement 4.0. Innovation fördern und Changeprozesse gestalten" mit dem Projektmodul zum CAS Museum Studies (Museumsmanagement 4.0)
- Sie kombinieren sieben Kurse des Kursprofils "Digitale Transformation im Museum" mit dem Projektmodul zum CAS Museum Studies (Digitale Transformation im Museum).

5 Organisatorische Hinweise

5.1 Durchführung der Kurse

Es gilt eine Mindestteilnehmerzahl von 5 Personen pro Teilmodul. Sie werden informiert, sollte ein Kurs aufgrund der nicht erreichten Mindestteilnehmerzahl nicht zustande kommen. In diesem Fall werden Ihnen Alternativen vorgeschlagen oder Vormerkungen für das kommende Semester vorgenommen.

Die aktualisierte Terminliste wird zu Semesterstart (KW 8/KW34) auf der Website und im Begleitkurs veröffentlicht.

5.2 Zugang zur Lernplattform

Sie erhalten vor Semesterbeginn Zugangsdaten vom Rechenzentrum der Universität Freiburg per E-Mail.

Mit diesem Zugang erhalten Sie einen Account als Kontaktstudierende*r an der Universität Freiburg. Damit können Sie sich im ILIAS-Weiterbildungsbereich der Universität Freiburg einloggen.

Die Handreichung für den Zugang zur Lernplattform erhalten Sie per E-Mail.

5.3 Präsenzphasen

- Bitte prüfen Sie die Präsenztermine unbedingt zu Semesterstart im aktualisierten Terminblatt im ILIAS-Begleitkurs. Terminverschiebungen sind vorbehalten.
- Bitte organisieren Sie Anreise und Unterkunft selbst. Sie finden auf der Website von museOn Empfehlungen zu günstigen und guten Übernachtungsmöglichkeiten in Freiburg.
- Sie finden im ILIAS-Begleitkurs einen separaten und detaillierten Ablaufplan zu den Präsenzphasen in Freiburg. Bitte informieren Sie sich dort selbstständig.

5.4 Technische Voraussetzungen für das Online-Studium

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

- Für Rückfragen steht Ihnen das museOn-Team jederzeit gerne zur Verfügung!

Teil 2 – Der Modulbaukasten

6 Einleitung

Das Weiterbildungsangebot von museOn ist im Baukastenformat konzipiert und umfasst insgesamt 55 Einzelkurse, die in sich abgeschlossene Einheiten darstellen.

Die Kursangebote richten sich an verschiedene Zielgruppen: Museumsleitungen, wissenschaftliches Personal, Ausstellungspersonal, Vermittlungspersonal, Öffentlichkeits- und Marketingpersonal, Volontär*innen sowie Berufseinsteiger*innen.

Jeder Kurs ist individuell fachlich und didaktisch konzipiert und unterliegt den museOn-Qualitätsstandards.

Wählen Sie aus dem museOn-Kursprogramm ein flexibel und individuell auf Sie abgestimmtes Weiterbildungsangebot aus. Auf den folgenden Seiten finden Sie nähere Informationen zu den Inhalten der Kurse aus verschiedenen Bereichen der Museumsarbeit ebenso wie zu den angestrebten Lernzielen, dem Verhältnis von Online-/Präsenzanteil und den benötigten Vorkenntnissen.

Auf den folgenden Seiten erhalten Sie eine Übersicht über alle Kurse, 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 2 Kurse parallel zu belegen, um den Lernaufwand berufsbegleitend realistisch zu halten.

Sammeln:

Digitale Objektdokumentation
Digitale Sammlungsstrategien
Inventarisieren und Dokumentieren
Online-Sammlungen
Provenienzforschung
Risikomanagement und Versicherung
Sammlungskonzept und -strategie
Sammlungsmanagement
Verpackung und Transport

Ausstellen:

Aufmerksamkeitspsychologie in Ausstellungen
Ausstellungsdrehbuch / Interpretive Planning
Ausstellungsplanung und -management
Digitale Medien in Ausstellungen
Kuratieren
Objekte und Wissen
Schreiben und Texten für Ausstellungen
Szenografie

Vermitteln:

Audience Development – Besucherorientiertes Denken und Handeln
eCulture: Partizipative Medien im Museum

Edutainment

Einführung Bildung und Vermittlung im Museum
Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung
Heritage Interpretation
Interkulturelle Vermittlung und Diversitätsmanagement
Museales Storytelling
Nutzerzentriertes Museumserlebnis
Outreach-Programme
Partizipation im Museum
Vermittlung und Kooperationen im ländlichen Raum
Von der Ausstellung zum Programm

Vermarkten:

Das Museum als Marke
Digitales Marketing
Fundraising
Museumpublikationen
Öffentlichkeitsarbeit
Strategisches Marketing
Urheberrecht

Managen

Administrative Strukturen

Aufgabenbereiche im Museum

Basiswissen Museum

Das inklusive Museum

Digitale Strategien

Evaluationsmethoden

Finanzen und Haushalte

Geschichte der Museen und Sammlungen

Innovation durch Intrapreneurship

Kulturpolitik

Methodisches Museumsmanagement

Museum und Ethik – Richtlinien und Positionen

Qualitätsstandards und Qualitätssicherung

Sustainability Management

Zukunft der Museen

7 Modulübersicht

7.1 Begleitkurs

Der Begleitkurs ist gemeinsame Grundlage für alle CAS/DAS-Studierende und Einzelkursteilnehmende eines Semesters. Er dient der Einführung und Begleitung des Online-Studiums sowie der Vernetzung aller Studierenden untereinander. Der Präsenzauftritt ist nur für die CAS/DAS-Studierenden verpflichtend.

Begleitkurs

Der Begleitkurs führt zu Semesterbeginn in die Lern- und Arbeitsmethoden von museOn ein.

Neben den 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 Technikcheck sowie der Orientierung im virtuellen Klassenzimmer. Im Semesterverlauf fungiert der Begleitkurs als zentrale Plattform für die kursübergreifende Vernetzung, als Lern- und Arbeitshilfe, der Kommunikation mit allen Teilnehmenden und der Betreuung der CAS-Studierenden. Diese lernen sich zu Semesterbeginn persönlich kennen und arbeiten u.a. zu den Themen „Zeit- und Selbstmanagement“, „Projektarbeit“ und „Wissenschaftliches Arbeiten“.

Der gemeinsame Semesterauftakt und -abschluss dient der Entwicklung, Diskussion und Präsentation der CAS-Projektarbeiten.

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 Semestertermine
- das Blended-Learning-Format und die Lehr-/ Lernmethoden der Weiterbildung
- die wesentlichen Funktionalitäten der Lernplattform

Online / Präsenz	50% / 50%
Kurszeitraum	WS: KW 35 SoSe: KW 8-9
Präsenzphase	A + C (Nur für CAS/DAS-Teilnehmende)
Online-Meetings	1
Sprache	Deutsch / Englisch
Modultyp	Pflichtmodul für CAS/DAS-Teilnehmende Einführungs- und Begleitmodul für alle Studierenden
Credit Points	0,5

• grundlegende Methoden wissenschaftlichen Arbeitens Die Teilnehmenden können • persönliche Einstellungen auf der Lernplattform vornehmen, • Lernmaterialien abrufen und Kommunikationswerkzeuge (E-Mail, Foren, Chat) anwenden, • aktiv an einem Online-Meeting teilnehmen, • ihre Woche so einteilen, dass ausreichend Lernzeit zur Verfügung steht. 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)	Lernaufwand 12,5-15 h
--	-------------------------------------

7.1 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:

- Digitale Objektdokumentation
- Digitale Sammlungsstrategien
- Inventarisieren und Dokumentieren
- Online-Sammlungen
- Provenienzforschung
- Risikomanagement und Versicherung
- Sammlungskonzept und -strategie
- Sammlungsmanagement
- Verpackung und Transport

Digitale Objektdokumentation

In diesem Teilmodul werden die Grundlagen der digitalen Objektdokumentation behandelt, aufbauend auf dem analogen Verfahren der mehrstufigen Erfassung: Registrierung (Besitznachweis des Objekts), Inventarisierung (Eigentumsnachweis des Objekts) und Katalogisierung (wissenschaftliche Erschließung des Objekts). Weitere Lerninhalte sind die Standardisierung der Erfassung, die Arbeit mit Stammdaten, kontrolliertem Vokabular und Thesauri. Die theoretischen Grundlagen werden durch praktische Übungen mit einem Museumsdokumentationssystem ergänzt; ein Überblick über andere Dokumentationsprogramme wird ebenfalls gegeben.

Inhalt des Teilmoduls

1. imdas pro – Der Einstieg; Objektaufnahme im EDV-System
2. Grunderfassung
3. Inventarisierung
4. Standardisierung der Erfassung
5. Stammdaten, kontrolliertes Vokabular, Thesauri
6. Recherche
7. Praktische Übung zur Dokumentation mit imdas pro
8. 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,
Volontär*innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100 % / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

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

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Digitale Sammlungsstrategien

Wie eine museale Sammlung digitalisiert wird und zu welchem Anteil die Ergebnisse der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, ist eine strategische Frage, die von Museen unterschiedlich beantwortet wird. Die Teilnehmenden widmen sich in diesem Teilmodul digitalen Sammlungsstrategien und sind am Ende in der Lage, solche zu entwickeln und bestehende Konzepte sowie Fragen der praktischen Umsetzbarkeit kritisch zu reflektieren. Es fokussiert außerdem auf die Frage, welche theoretischen und praktischen Möglichkeiten die Digitalisierung von Sammlungsobjekten und deren Metadaten in Bezug auf Sammlungsmanagement, Vermittlung und kulturpolitische Positionierung eines Museums bieten.

Inhalt des Teilmoduls

1. Analyse digitaler Strategien
2. Online-Sammlungen
3. Entwickeln einer Sammlungsstrategie

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden:

- kennen digitale Sammlungsstrategien und können sie bewerten
- sind in der Lage, digitale Sammlungsstrategien zu entwickeln und/oder bestehende Konzepte kritisch zu reflektieren
- können für konkrete Anwendungen digitale Sammlungsstrategien in Korrelation zu Strategien anderer Häuser einordnen.

Fachexpert*in

Antje Schmidt, Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg

Zielgruppe

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

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Video, Forumsarbeit, Online-Meetings

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Online-Sammlungen

Braucht mein Museum eine Online-Sammlung? Wie werden damit digitale Besucher*innen angesprochen? Von den Teilnehmer*innen wird erarbeitet werden, welche Fragen geklärt werden müssen, um eine Sammlung online zu publizieren. Ebenfalls werden Anforderungen an Metadaten sowie rechtliche Grundlagen besprochen.

Inhalt des Teilmoduls

1. Was ist eine Online Sammlung?
2. Bestandteile einer Online Sammlung
3. Rechtliche Fragen und Open Access
4. Konzepterstellung

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden:

- Zielsetzungen von Online-Sammlungen zu verstehen
- Kriterien für eine Beurteilung von Online-Sammlungen zu erstellen
- Elemente von Online-Sammlungen zu analysieren
- existierende Online-Sammlungen zu bewerten
- ein Konzept für eine Online-Sammlung zu erstellen

Fachexpert*in

Antje Schmidt, Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg

Zielgruppe

(künftiges) Museumspersonal mit strategischen Funktionen im Bereich des Sammlungsmanagements, des Ausstellungswesens, der Vermittlung, des Marketings und der Museumspolitik (Museumsleitungen und Mitglieder von Aufsichtsorganen).

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse Digitale Objektdokumentation

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Acquisition, Discussion, Production

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Inventarisieren und Dokumentieren

Inventarisierung und Dokumentation von Objekten zählen zu den Kernaufgaben eines Museums bzw. einer Sammlung. Durch den Einsatz EDV-gestützter Datenbanksysteme hat sich die Arbeit mit den musealen Objekten deutlich verändert. Die Teilnehmenden lernen Kriterien sowie Erwerbsprozesse zu identifizieren. Zentrales Thema ist anschließend die Dokumentation des gesamten Erwerbungsvorgangs. Darüber hinaus werden die Arbeit mit Objekten im Rahmen von Ausstellungen und Leihverkehr sowie die Dokumentation der Provenienz und deren Bedeutung thematisiert.

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

- 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%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Wiki-Arbeit, Lektüre, Peer-Feedback, Online-Meeting

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Provenienzforschung

Wie erkennen wir verdächtige Provenienzen und finden Ressourcen und Maßstäbe damit umzugehen? Der Kurs sensibilisiert für die Grundlagen der Provenienzforschung und befähigt Teilnehmende, die relevanten Handlungsfelder abschätzen zu können und Lösungen zu finden.

Inhalt des Teilmoduls

1. Analyse
2. Dokumentation
3. Beurteilung und Dokumentation
4. Perspektivenwechsel und zukünftige Handlungsoptionen
5. Abschlussprojekt

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- Sind in der Lage, verdächtige Provenienzen zu erkennen
- Können beurteilen, wo Sie weiterführende Informationen recherchieren können
- können widersprüchliche Perspektiven einordnen
- kennen wissenschaftliche Standards zur Beurteilung und können diese anwenden
- können einen Handlungsfahrplan für eigene Provenienzforschung erstellen

Fachexpert*innen

Dr. Carolin Lange

Zielgruppe

Personal in der Sammlungs- und Ausstellungsarbeit

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse in Dokumentation, Sammlungsgeschichte, Invenstrisierung

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Wiki-Arbeit, Lektüre, Peer-Feedback, Online-Meeting

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Risikomanagement und Versicherung

Die Teilnehmenden dieses Kurses werden an das Diagnostizieren von Risiken in der musealen Arbeit und den Umgang mit ihnen herangeführt. Ein inhaltlicher Schwerpunkt besteht im Aufzeigen von Risikosphären und -kategorien sowie von Haftungs-, Substanz-, Bewegungs- und stationären Risiken. Außerdem werden konkrete Methoden zur Risikovermeidung bzw. -minimierung vorgestellt. Ein größerer Themenkomplex ergibt sich im Hinblick auf Sammlungsbestände; ein weiterer behandelt Prinzipien der Risikogewichtung hinsichtlich Leihgaben und geht überdies auf verschiedene Möglichkeiten der Gefahrüberwälzung auf Versicherer sowie auf die Staatshaftung ein.

Inhalt des Teilmoduls

- 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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- haben 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.

Fachexpert*innen

Dr. Stephan Zilkens, Zilkens Fine Art Insurance Broker GmbH, Köln

Zielgruppe

Verantwortungsträger*innen, Registrar*innen, Logistiker*innen, Kurator*innen, Ausstellungsmanager*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Filme, E-Lectures, Lektüre

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Sammlungskonzept und -strategie

Die Entwicklung und Umsetzung von Sammlungskonzepten und Sammlungsstrategien stellt für viele Museen eine zentrale Herausforderung dar: Gerade im 20. Jahrhundert wurden vielerorts enorme Sammlungen aufgebaut und dies oft unsystematisch. Mit der Erarbeitung von Konzept und Strategie geht eine intensive, intellektuelle Auseinandersetzung mit dem Prozess des Sammelns einher. Diese soll sowohl bestehenden als auch zukünftigen Sammlungen als Grundlage dienen. Das Teilmodul sensibilisiert hinsichtlich aufkommender Fragen zu Sammlungskonzepten und -strategien, die sich aus dem Spannungsfeld von Museumsauftrag, kuratorischen Erwägungen, konservatorischen Bedingungen, finanziellen Möglichkeiten und dem Bedürfnis des Vermittels bzw. dem Interesse der Besucher*innen ergeben.

Inhalt des Teilmoduls

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

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%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Eigenarbeit, Online-
Meetings

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Sammlungsmanagement

„Sammlungsmanagement“ bezeichnet ein analytisches und strukturiertes Vorgehen, bei dem es darum geht, Geschäftsgänge, Abläufe oder Workflows im alltäglichen Umgang mit Sammlungen und Sammlungsstücken auf ihre Potenziale und Risiken zu prüfen, um sie gegebenenfalls neu zu ordnen und festzulegen. Mittels einer strukturierten Erschließung bestehender Sammlungen soll ihr kultureller und wissenschaftlicher Wert hervorgearbeitet und durch eine bessere Museumsarbeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Last but not least kann Sammlungsmanagement mit einer Wertsteigerung von Sammlungen in Zusammenhang gebracht werden und die Legitimation des betriebenen Aufwands gegenüber politischen Gremien und Entscheidungsträgern erhöhen.

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,
Mitarbeiter*innen aus kleineren Museen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse
Dokumentation,
Grundkenntnisse
Projektmanagement

Online / Präsenz

75% / 25%

Präsenzphase

C

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Skript, Lektüre, Online-Meeting,
Forum, Film, Präsenz

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Verpackung und Transport

Das Teilmodul vermittelt Kenntnisse über die Ermittlung und Behandlung von Risiken im Zusammenhang mit der räumlichen Verlagerung von Kulturgütern. Es bietet einen Einblick in verschiedene geeignete Verfahren, um bei Verpackungs- und Transportaufgaben passend zu handeln und Risiken zu minimieren. Auch Entscheidungshilfen für das jeweils geeignete Verfahren werden erarbeitet. In der Präsenzphase wird das Verpacken verschiedener Objekte mit den richtigen Materialien geübt.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Risikofaktoren 2 . Recht und Normen 3 . Prozesse und Risikobewertung 4 . Verpackung: Materialien und Verfahren 5 . Ladung und Transport Lernergebnisse Die Teilnehmenden • kennen die Komplexität des Transports von Kulturgütern und sind in der Lage, ihre eigene Rolle und Verantwortlichkeit in diesem Kontext zu definieren • sind sich der Risiken in Bezug auf den Transport von Kulturobjekten bewusst 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 Hasenkamp Holding, Köln Städtische Museen Freiburg Zielgruppe Sammlungsmitarbeiter*innen, Mitarbeiter*innen aus kleinen Museen, Volontär*innen Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse Die Grundlagen der Qualitätssicherung sind bekannt Online / Präsenz 80% / 20% Präsenzphase B Online-Meetings Keine Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen E-Lectures, Lektüre, Online-Meeting, Laborphase Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
---	--

7.2 Modul Ausstellen

Professionelles Präsentieren der Sammlung gehört zum Alltag der Museen. Gleichzeitig stellt das Ausstellen Kurator*innen, Restaurator*innen und Szenograf*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 mittleren und kleineren Museen, wissenschaftliche Volontär*innen sowie alle, die ihr Handwerkszeug im Ausstellen professionalisieren wollen.

Teilmodule:

- Aufmerksamkeitspsychologie in Ausstellungen
- Ausstellungsplanung und -management
- Digitale Medien in Ausstellungen
- Interpretive Planning / Ausstellungs-drehbuch
- Kuratieren
- Objekte und Wissen
- Schreiben und Texten für Ausstellungen
- Szenografie

Aufmerksamkeitspsychologie in Ausstellungen

Aufmerksamkeit ist die Grundlage des Lernens. Dies ist auch für die Konzeption von Ausstellungen relevant. Setzt man Wissen über Aufmerksamkeit richtig ein, kann dies die Navigation in Ausstellungen erleichtern und potenzielle Faktoren für Ermüdung identifizieren. In diesem Kurs geht es darum, Ausstellung aus den Augen der Besucher*innen zu betrachten. Sie werden sich mit psychologischen Grundlagen der Aufmerksamkeitspsychologie auseinandersetzen und im Anschluss selbst eine Ausstellung analysieren, um Verbesserungsmöglichkeiten herauszuarbeiten. Der Kurs ist ein Beitrag zur Besucher*innenforschung.

Inhalt des Teilmoduls Einführung in die Museumspychologie Attention Value Model Ausstellungsanalyse und Walking Interview Ergebnisanalyse und Maßnahmenplan Lernergebnisse Die Teilnehmenden: • kennen Grundlagen der Museumspychologie und verstehen das Attention-Value Model • lernen psychologische Forschungsmethoden kennen und können eine davon selbst anwenden • können eine Ausstellung bezüglich Aufmerksamkeit und Wegfindung analysieren und beurteilen • können eine Maßnahme zur Verbesserung der Navigation oder gegen Ermüdungserscheinungen entwickeln	Fachexpert*in PD Dr. Roland Thomaschke, M.Sc. Sonja Ehret Zielgruppe Personal in Ausstellungen und Sammlungen, Studierende, Interessierte Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse Qualifizierte Berufserfahrung in Ausstellungs- oder Vermittlungsarbeit Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 1 Sprache Deutsch / Englisch Lehr-/Lernformen Lernmodule, E-Lecture, Online-Meetings, Selbststudium Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	---

Ausstellungsplanung und -management

Eine professionelle Ausstellungsplanung ist die Voraussetzung dafür, dass eine Ausstellung rechtzeitig fertiggestellt wird und umfassend erfolgreich sein kann. In diesem Teilmodul wird das Handwerkszeug für diese Grundlagenarbeit vermittelt, darunter der Einsatz von Planungs- und Steuerungselementen (Zeit-, Personal und Kostenplanung). Die Schnittstellen zu allen Abteilungen der Museumsarbeit sind zentraler Bestandteil der vorgestellten und eingeübten Planungsmethoden. Das Erlernte anhand eines konkreten eigenen Ausstellungsprojekts angewendet.

Inhalt des Teilmoduls

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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können unterschiedliche Phasen einer Ausstellungsorganisation wiedergeben
- sind imstande, die enge Verknüpfung einzelner Entwicklungsbereiche mit anderen Abteilungen zu benennen
- sind in der Lage, die komplexen Entwicklungsprozesse eines Ausstellungsprojekts und die organisatorische Vorbereitung einer Ausstellung zu beschreiben
- verstehen sich darauf, Planungs- und Steuerungselemente wie Zeit-, Personal- und Kostenplanung innerhalb der Projektorganisation eigenständig anzuwenden
- sind in der Lage, Planungs- und Steuerungselemente in Form eines Projekt- und Terminplans als nutzbares Tool für ihre berufliche Praxis zu optimieren
- entwickeln ein virtuelles Ausstellungsprojekt.

Fachexpert*innen

Fiona Hesse, Freie Kuratorin, Universität Freiburg

Zielgruppe

Ausstellungsmacher*innen, die ihre Arbeit professionalisieren wollen, Volontär*innen
Quereinsteiger*innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfahrungen in der Ausstellungsorganisation und Kuratierung

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lernvideos, E-Lectures, Textarbeit, Modelle

Credit Points

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	Fachexpert*innen Eric Langham, Barker Langham, London Zielgruppe Kurator*innen, Ausstellungsmanager*innen, Projektleitungen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Erfahrungen im Kuratieren und Management von Ausstellungen, z.B. Kurs Ausstellungsplanung Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Englisch
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.	Lehr-/Lernformen Video, E-Lecture, Wiki, Online-Meeting Credit Points 1 Lernaufwand 30 h

Digitale Medien in Ausstellungen

Mit der rapiden Entwicklung der „Digitalisierung der Welt“ in den letzten Jahrzehnten ist auch für Museen und Ausstellungshäuser ein zeitgemäßer, vielfältiger und preislich erschwinglicher Medieneinsatz in Ausstellungen möglich. Waren Ausstellungen bzw. die Präsentation von „Objekten“ bisher v.a. auf den Sehsinn der Besucher ausgerichtet kamen immer mehr Ausstellungsmacher*innen zu der Erkenntnis, dass die Besucher*innen über mehrere Sinne angesprochen werden sollten. Das Ziel sind interessante, kurzweile und interaktive Ausstellungen, die auch bis dahin Nicht-Museumsbesucher anzulocken vermögen – und diesen widmet sich das Teilmodul, auch unter Einbeziehung von Erfahrungen, Erlebnissen und Ergebnissen *aller* beteiligten Kursteilnehmer*innen.

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 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!

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%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lecture, Film, Selbststudium, Gruppenarbeit

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Kuratieren

Was ist erfolgreiches Kuratieren? Was heißt Kuratieren unter den Bedingungen des gesellschaftlichen und digitalen Wandles, in Zeiten der Vernetzung? Erfolgreiche Museumsarbeit ist heute mehr denn je ein relevanter Auftrag: die Sinne zu schärfen für das kritische Sehen und Denken.

Anhand von Lernmedien als auch Beispielen des Kuratierens entwickeln wir gemeinsam eine theoretische Basis als auch analytische Werkzeuge um den Methoden und Optionen des erfolgreichen Kuratierens auf die Spur zu kommen. Wie kann „Ausstellungsmachen“ reflexiv, neutral und richtungsweisend erfasst und analysiert werden? Was sind erfolgreiche Strategien des Kuratierens? Was sind die größten Herausforderungen des Kuratierens und was sind die wichtigsten Ziele?

Inhalt des Teilmoduls 1. Einführung: Was ist Kuratieren? Was ist/macht ein Kurator? 2. Ziele und Methoden des Kuratierens (historische und theoretische Ansätze) 3. Die Herausforderungen des Kuratierens 4. Was sind "Best Practices" für das Kuratieren? 5. Abschließender Präsenzworkshop Lernergebnisse Die Teilnehmenden • Die Teilnehmenden sind in der Lage, grundlegende Begriffe des Kuratierens zu erläutern • kennen Grundelemente des Ausstellungsmachens. • Teilnehmende erkennen und beschreiben, wie Museen in Ausstellung kuratorische Inhalte erstellen und wie diese strategisch einzuordnen sind.	<table> <tr> <td>Fachexpert*innen</td><td>Dr. Gudrun Bühl Sonja Thiel</td></tr> <tr> <td>Zielgruppe</td><td>Wissenschaftliches Personal in Museen</td></tr> <tr> <td>Kursart</td><td>Grundlagen der Ausstellungsplanung qualifizierte Berufserfahrung</td></tr> <tr> <td>Empfohlene Vorkenntnisse</td><td>Ausstellungserfahrung</td></tr> <tr> <td>Online / Präsenz</td><td>Online 80% / Präsenz 20 %</td></tr> <tr> <td>Präsenzphase</td><td>keine</td></tr> <tr> <td>Online-Meetings</td><td>2</td></tr> <tr> <td>Sprache</td><td>Deutsch / Englisch</td></tr> <tr> <td>Lehr-/Lernformen</td><td>Lernmodule, Lernvideos, Produktion</td></tr> <tr> <td>Credit Points</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Lernaufwand</td><td>25-30 h</td></tr> </table>	Fachexpert*innen	Dr. Gudrun Bühl Sonja Thiel	Zielgruppe	Wissenschaftliches Personal in Museen	Kursart	Grundlagen der Ausstellungsplanung qualifizierte Berufserfahrung	Empfohlene Vorkenntnisse	Ausstellungserfahrung	Online / Präsenz	Online 80% / Präsenz 20 %	Präsenzphase	keine	Online-Meetings	2	Sprache	Deutsch / Englisch	Lehr-/Lernformen	Lernmodule, Lernvideos, Produktion	Credit Points	1	Lernaufwand	25-30 h
Fachexpert*innen	Dr. Gudrun Bühl Sonja Thiel																						
Zielgruppe	Wissenschaftliches Personal in Museen																						
Kursart	Grundlagen der Ausstellungsplanung qualifizierte Berufserfahrung																						
Empfohlene Vorkenntnisse	Ausstellungserfahrung																						
Online / Präsenz	Online 80% / Präsenz 20 %																						
Präsenzphase	keine																						
Online-Meetings	2																						
Sprache	Deutsch / Englisch																						
Lehr-/Lernformen	Lernmodule, Lernvideos, Produktion																						
Credit Points	1																						
Lernaufwand	25-30 h																						

Objekte und Wissen

Der Zusammenhang zwischen Artefakten, Objekten und Dingen ist für Museen und in Ausstellungen von zentraler Bedeutung, denn durch sie wird Wissen vermittelt oder generiert. Ziel ist ein reflektiertes Bewusstsein von unterschiedlichen Formen des Umgangs mit Ausstellungs- und Museumsobjekten sowie deren effektiver Einsatz. Ziel ist es auch, Objekte in neuen Perspektiven zu betrachten, ihren Einfluss auf die Wissensvermittlung einzuschätzen und sich der Möglichkeiten, Grenzen und Gefahren gelenkter Wissensvermittlung bzw. -generierung durch Objekte bewusst zu werden.

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 • vermögen es, den Einfluss der Ausstellungs- und Museumsobjekte auf die Wissensvermittlung, auf Erfahrungen und Erlebnisse wiederzugeben und zu reflektieren • können den Konstruktionscharakter der Objekte und Objektszenarien, die im Museum zur Vermittlung verwendet werden, beschreiben • können den Zusammenhang zwischen der Kontext- sowie der Betrachterabhängigkeit und den verwendeten Objekten und Objektszenarien beschreiben und 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 Zielgruppe Personen, die sich intensiver mit dem Potenzial von Objekten beschäftigen wollen Wissenschaftliche Volontär*innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Ausstellungserfahrung Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 1 Sprache Deutsch / Englisch Lehr-/Lernformen Video, Textarbeit, Audio, Forumsarbeit, Studententext Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	---

Schreiben und Texten für Ausstellungen

Gute Ausstellungstexte leisten mehr als nur zu informieren. Das Teilmodul widmet sich der Frage, welchen Status und welche Funktion Ausstellungstexte im Rahmen der Museums- und Ausstellungskommunikation haben. Die Texte werden in Bezug auf Wissenstransfer, Kontextualisierung, Verständlichkeit, Lesbarkeit, Multimodalität, Medialität, Rhetorik und Stilistik betrachtet; darüber hinaus stehen die Evaluation und Auswertung im Fokus. Die Teilnehmenden lernen den Umgang mit und das Verfassen von 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 und/oder zu modifizieren
- ermitteln Kriterien und Maßstäbe zur Beurteilung der Adäquatheit von Texten
- können die erlernten Textverständlichkeitsmodelle und Texttypologien bewerten und in ihrem eigenen beruflichen Umfeld beurteilen.

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

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfahrungen im Erstellen von
Ausstellungstexten

Online / Präsenz

80% / 20%

Präsenzphase

B

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lernvideos, E-Lectures,
Textarbeit, Modelle

Credit Points

1

Lernaufwand

30 h

Szenografie

Szenografie – die Kunst der Inszenierung im Raum, ursprünglich bezogen auf den theatralischen Raum – hat längst Einzug gehalten in Ausstellungen und Museen, Themen- und Markenwelten, virtuelle Räume und Installationen. Szenograf*innen arbeiten konzeptionell mit dem Raum – und zwar unter Einbeziehung u.a. der räumlichen Grafik, interaktiver Elemente, Licht und Sound. Erfolgreiche szenografische Konzepte stellen Inhalte und Exponate weiterhin in den Mittelpunkt, erleichtern jedoch den (emotionalen) Zugang. Ziel des Teilmoduls ist es, verschiedene szenografische Techniken anwenden und dreidimensionale, begehbare sowie narrative Räume zu schaffen respektive deren Schaffung zu betreuen. Das Erlernte wird in einem fiktiven Projekt umgesetzt.

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
- können verschiedene Techniken anwenden und dreidimensionale, begehbare sowie narrative Räume schaffen oder die Schaffung derselben betreuen
- setzen das Erlernte 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%

Präsenzphase

B (SoSe 2019: C)

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Lektüre, Präsenz

Modultyp

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

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

7.3 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 Reflexion, 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:

- Audience Development – Besucherorientiertes Denken und Handeln
- eCulture – Partizipative Medien in Ausstellungen
- Edutainment
- Einführung Bildung und Vermittlung im Museum
- Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung
- Heritage Interpretation
- Interkulturelle Vermittlung und Diversitätsmanagement
- Museales Storytelling
- Nutzerzentriertes Museumserlebnis
- Outreach-Programme
- Partizipation im Museum
- Vermittlung und Kooperationen im ländlichen Raum
- Von der Ausstellung zum Programm

Audience Development – Besucherorientiertes Denken und Handeln

Museen bemühen sich um die Aufmerksamkeit, das Zeitbudget und das Geld ihrer Besucher*innen und stehen damit im Wettbewerb zu Einrichtungen aus dem gesamten Kultur- und Freizeitsektor, aber auch zu den digitalen und individuell gesteuerten Aktivitäten ihrer potenziellen Besucher. Dies bedeutet, dass sich die oft als Non-Profit-Einrichtungen geführten Museen heute deutlich stärker an den Mechanismen des Marktes ausrichten müssen. Einen solchen Paradigmenwechsel erfolgreich und nachhaltig zu vollziehen, erfordert eine ganzheitliche Betrachtung des gesamten Museumsbetriebs. Die Teilnehmenden widmen sich u.a. der Konzeption eines erweiterten Audience Development sowie der Frage, was ein ideales Museum ist und reflektieren Beispiele gelungener wie auch misslungener Zielgruppenansprache.

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%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, E-Lecture, Filme, Online-Meetings

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

eCulture: Partizipative Medien im Museum

Das Teilmodul konzentriert sich auf soziale und digitale Medien im Museumskontext, durch deren Einsatz die Grenzen zwischen Öffentlichkeitsarbeit und partizipativer Vermittlung zunehmend zerfließen. Die Veränderungen in der Alltagskommunikation der Gesellschaft hin zu den sozialen Medien – WhatsApp, Facebook, Twitter & Co. – erfordern Reaktionen vonseiten der Museen sowie aller anderen Einrichtungen, um weiterhin in Kontakt mit dem Publikum zu bleiben. Das Teilmodul führt über Reflexionen und die Betrachtung von Praxisbeispielen zu eigenen Schritten auf dem Weg zur eCulture-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 E-Culture-Strategie

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind in der Lage, den Begriff eCulture zu beschreiben
- können erste Ansätze einer Vision, Mission sowie Ziele hinsichtlich einer E-Culture-Strategie präzisieren und ausformulieren
- 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, Digitaler Berater

Zielgruppe

Mitarbeiter*innen der Öffentlichkeitsarbeit und kuratorisch arbeitende Personen, Volontär*innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Online-Meeting, Forumsdiskussion

Credit Points

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 . Reeinvention of Edutainment 7 . The Future	Fachexpert*innen Eric Langham, Barker Langham, London Zielgruppe Ausstellungsmacher*innen Vermittler*innen Volontär*innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Sprachkompetenz Englisch
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.	Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 1 Sprache Englisch Lehr-/Lernformen E-Lecture, Filme, E-Portfolio, Online-Meeting, Wiki Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h

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? Im Zentrum steht dabei die Diskussion von Qualitätskriterien. Was zeichnet gute Vermittlungsarbeit aus? Was gibt es für Standards? Was ist messbar? Das Modul besitzt Impulsfunktion: Die Teilnehmenden erhalten Anregungen und Ideen für ihre eigene Arbeit und können so ihre fachliche Profilierung fördern. Durch Praxiswissen und Theoriebausteine werden die Teilnehmenden in die Lage versetzt, ein museales Vermittlungskonzept entwickeln zu können.

Inhalt des Teilmoduls	Fachexpert*innen	Antje Kaysers, TECHNOSEUM Mannheim; Bundesverband Museumspädagogik Anja Hoffmann, LWL Industriemuseum, Bundesverband Museumspädagogik
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	Zielgruppe	Vermittler*innen, Volontär*innen
Lernergebnisse	Kursart	Basiskurs
Die Teilnehmenden	Empfohlene Vorkenntnisse	keine
• 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 • können Bausteine für ein eigenes Vermittlungskonzept einsetzen.	Online / Präsenz	100% / 0%
	Präsenzphase	keine
	Online-Meetings	2
	Sprache	Deutsch / Englisch
	Lehr-/Lernformen	Lektüre, E-Lecture, Wiki, Video
	Credit Points	1
	Lernaufwand	25-30 h

Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung

Partizipation ist im Museum angekommen, Besucher*innen stehen im Mittelpunkt und dürfen aktiv werden. Handeln ist jedoch noch nicht gleichbedeutend mit Erkenntnisgewinn. Wie also kann Erkenntnisgewinn – eine selbstbestimmte Veränderung der Wahrnehmung oder Weltsicht der Besucherin und des Besuchers – erreicht werden? Im Teilmodul lernen die Studierenden verschiedene Positionen kennen, die 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 wird.

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

Susanne Schmitt,
Kreativdirektorin

Zielgruppe

Vermittler*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

70% / 30%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

keine

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Konzeption einer Vermittlungseinheit, Präsenz

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Heritage Interpretation

Heritage Interpretation (Natur- und Kulturinterpretation) stellt persönlich relevante Bedeutungen zum Natur- und Kulturerbe her und unterstützt dessen Schutz mithilfe von Storytelling-Elementen und multiperspektivischen Zugängen. Das werteorientierte Konzept verbindet Menschen mit Orten, Gegenständen oder Ereignissen. Ziel ist eine emotionale Anbindung und ein tieferes Verständnis der wahrnehmbaren Phänomene. Das Teilmodul gibt anhand von zahlreichen Praxisbeispielen und einer Exkursion Einblicke in die Methodik und einen Überblick über die neuesten Entwicklungen und Forschungen. Zudem erstellen die Teilnehmenden ein Zielgruppenprofil und ein eigenes interpretatives Angebot.

Inhalt des Teilmoduls

1. Exkursion und Einführung
2. Prinzipien von Heritage Interpretation
3. Konzeptentwicklung und Feedback

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- kennen Literatur zur Theorie und Praxis von Heritage Interpretation
- kennen bestehende Angebote in der Praxis (Exkursion).
- können Fachliteratur und Expertengespräche zu Natur- und Kulturphänomenen auswerten und Leitideen benennen.
- können Phänomene im Hinblick auf ihre Eignung, Besucher*innen unmittelbare Erfahrungen zu ermöglichen, bewerten und interpretieren.
- können Phänomene in einen größeren Kontext – z.B. bezüglich Schutz und Nachhaltigkeit oder Globalisierung – einordnen und tiefere Bedeutungsebenen herausarbeiten.
- erstellen und präsentieren ein eigenes interpretatives Angebot.

Fachexpert*innen

Dr. Anna Chatel

Zielgruppe

Personal aus den Bereichen Management, Ausstellung, Vermittlung

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagenkenntnisse Bildung und Vermittlung

Online / Präsenz

70% / 30%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Exkursion, Lernmodule, E-Lectures, Lernvideos, Produktion

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Interkulturelle Vermittlung und Diversitätsmanagement

Das Teilmodul beleuchtet die aktuelle Debatte um Diversität als Konzept und gibt einen Einblick in den Grad der Vielfalt im Museumsbereich. Was leistet die Vermittlungsarbeit derzeit 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? Anhand aktueller Diskussionen, theoretischer Texte sowie praktischen Beispiele werden Fragen an die eigene Praxis gestellt und Handlungsmöglichkeiten entwickelt. Dabei sollen auch die eigenen blinden Flecken ins Blickfeld geraten. Eine rassismus- und diskriminierungskritische Vermittlungsarbeit setzt bei einer selbstreflexiven Praxis 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

Jennifer Smailes, Sonja Thiel, Kathrin Feldhaus

Zielgruppe

Personen, die in der Bildung und Vermittlung arbeiten
Volontär*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Sprachkompetenz Englisch, Erfahrungen in der Vermittlungsarbeit

Online / Präsenz

75% / 25%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

E-Lecture, Lektüre, Gruppenarbeit, Präsenz

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Museales Storytelling

Museen sind Orte des Erzählens: Künstler*innen und Kurator*innen nutzen erzählerische Strategien in ihrer Arbeit, die Vermittlung erzählt, um Inhalten näherzukommen. Neue Medien und Technologien sowie das sich wandelnde Selbstverständnis vieler Museen verändern das Erzählen im Museum. Klassische Rollenverständnisse lösen sich auf, Kommunikationskanäle verändern und verschieben sich. Wie funktioniert das Erzählen in zeitgenössischen Museumskontexten? Wie und mithilfe welcher Medien wird es im Museum eingesetzt? Anhand von Beispielen entwickeln wir gemeinsam Erzählwelten und Geschichten, die als Ausgangspunkt einer Ausstellung oder einer strategisch ausgerichteten Vermittlung bzw. Kommunikation von Museumsinhalten dienen können.

Inhalt des Teilmoduls

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

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- haben grundlegende Begriffe der Narratologie kennengelernt und können diese 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

Steffen Vetterle,
freischaffender Creative Director
und Markenberater

Zielgruppe

Vermittler*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Englisch-Sprachkenntnisse,
Erfahrungen
Ausstellungskonzeption,
Vermittlungsarbeit

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Vorstellungs- und
Erklärvideo, Forum, E-Portfolio,
Online-Meetings

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Nutzerzentriertes Museumserlebnis

Durch das Internet verändern sich die Beziehungen von Besucher*innen untereinander sowie deren Umgang mit Wissen und kulturellem Erbe. Möglichkeiten zur Interaktion und Kreativität nehmen einen zunehmend höheren Stellenwert gegenüber dem reinen Kulturgenuß ein. Die Folge ist eine Nachfrage nach Kulturangeboten, die stärker auf die Bedürfnisse Einzelner bzw. von einzelnen Interessensgruppen eingehen. So wird es eine der zukünftigen Kernaufgaben von Museen sein, Kulturangebote zu schaffen, die sowohl sinnvolle individuelle Erfahrungen ermöglichen als auch die Chance der Vernetzung bieten. Das Teilmodul widmet sich den persönlichen Herausforderungen für Museumsschaffende, die sich aus den veränderten Rahmenbedingungen – weg von der reinen Wissensproduktion und –vermittlung – ergeben.

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

- können Kulturwandelprozesse und die dafür notwendigen Transformationsprozesse einordnen
- sind in der Lage, die veränderten Erwartungen des Publikums zu benennen
- können Rahmenbedingungen verschiedener Formen der Wissensproduktion beschreiben
- entwickeln ein Bewusstsein für Bedürfnisse von Besucher*innen und können dialogische Prozesse für verschiedene Zielgruppen initiieren
- können Transformationsprozesse für ein nutzerzentriertes Museum bestimmen
- erhalten einen Überblick über Methoden des nutzerzentrierten Designs
- sind in der Lage, die Moderatorenrollen der Vermittler*in einzuordnen

Fachexpert*innen

Sabine Jank, szenum Berlin

Zielgruppe

Kulturmanager*innen
Kurator*innen
Vermittler*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Sprachkenntnis Englisch

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Online-Meeting, E-Lectures, Forum, Lektüre

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Outreach-Programme

Engagement, Inklusion und Teilhabe sind zentrale Themen unserer Zeit. Das Publikum mit seinen Interessen, seinem Verständnis und Engagement rückt folglich ins Zentrum kultur- und gesellschaftspolitischer Aufmerksamkeit. Outreach-Methoden unterstützen das Museum dabei, Beziehungen auf Augenhöhe auch zum nichtwissenschaftlichen Umfeld auszubauen. Theoretische Grundlagen und Best-Practice-Modelle von Outreach-Programmen werden in diesem Teilmodul diskursiv behandelt. Einblicke in Phasen eines Beteiligungsprozesses und Kooperationsmodelle für Veränderungsprozesse innerhalb der Institution und Aufgaben als Moderator*in von Beteiligungsprozessen stehen vor allem bei der Präsenzphase im Fokus.

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 sowie die typischen Phasen eines Beteiligungsprozesses
- 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 Fähigkeiten und Methoden eines Moderators und sind in der Lage, die passenden Methoden für ein individuelles Programm auszuwählen.

Fachexpert*innen

Sonja Thiel, museOn |
weiterbildung & netzwerk

Zielgruppe

Kurator*innen
Vermittler*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Sprachkompetenz Englisch

Online / Präsenz

75% / 25%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Wiki, E-Lecture,
Online-Meetings, Präsenzphase

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Partizipation im Museum

Die Erwartungen der Nutzer*innen kultureller Aktivitäten ändern sich: Besonders die jüngeren fordern dialogische und partizipative Formate. Museen, die traditionell eine enge Beziehung zu Besuchergruppen aus der

bürgerlichen Mitte haben, möchten neue Besuchergruppen beteiligen und sich gegenüber ihren Bedürfnissen öffnen. Herausforderung beim Initiieren einer Dialogkultur ist es, einen Mehrwert für alle Beteiligten zu schaffen. Wie können Menschen das Museum der Zukunft mitgestalten? Der Fokus liegt auf aktuellen dialogischen Konzepten sowie auf verschiedenen Modellen und Stufen der Partizipation. Wir sensibilisieren für den Blick auf alle Interessensgruppen und diskutieren die für eine nachhaltige Partizipation notwendigen Transformationsprozesse. In der Präsenzveranstaltung führt ein Planspiel in die Prozessgestaltung von Teilhabeformaten bzw. partizipativen Prozessen ein.

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 Potenziale 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.	<table> <tr> <td>Fachexpert*innen</td><td>Sabine Jank, szenum Berlin</td></tr> <tr> <td>Zielgruppe</td><td>Kulturmanager*innen, Kurator*innen, Vermittler*innen</td></tr> <tr> <td>Kursart</td><td>Aufbaukurs</td></tr> <tr> <td>Empfohlene Vorkenntnisse</td><td>Sprachkompetenz Englisch</td></tr> <tr> <td>Online / Präsenz</td><td>75% / 25%</td></tr> <tr> <td>Präsenzphase</td><td>1 Tag</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>Online-Meetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase</td></tr> <tr> <td>Credit Points</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Lernaufwand</td><td>25-30 h</td></tr> </table>	Fachexpert*innen	Sabine Jank, szenum Berlin	Zielgruppe	Kulturmanager*innen, Kurator*innen, Vermittler*innen	Kursart	Aufbaukurs	Empfohlene Vorkenntnisse	Sprachkompetenz Englisch	Online / Präsenz	75% / 25%	Präsenzphase	1 Tag	Online-Meetings	1	Sprache	Deutsch / Englisch	Lehr-/Lernformen	Online-Meetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase	Credit Points	1	Lernaufwand	25-30 h
Fachexpert*innen	Sabine Jank, szenum Berlin																						
Zielgruppe	Kulturmanager*innen, Kurator*innen, Vermittler*innen																						
Kursart	Aufbaukurs																						
Empfohlene Vorkenntnisse	Sprachkompetenz Englisch																						
Online / Präsenz	75% / 25%																						
Präsenzphase	1 Tag																						
Online-Meetings	1																						
Sprache	Deutsch / Englisch																						
Lehr-/Lernformen	Online-Meetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase																						
Credit Points	1																						
Lernaufwand	25-30 h																						

Vermittlung und Kooperationen im ländlichen Raum

Museen im ländlichen Raum vermitteln Traditionen und den kulturellen Wert ihrer Region, bewahren und präsentieren wichtige Kulturgüter und sind Orte des Austauschs von Wissen sowie der Kommunikation. Die Arbeit der hier tätigen Akteur*innen ist jedoch häufig von strukturellen Herausforderungen geprägt. Eine finanzielle Unterausstattung geht vielfach einher mit einer dünnen Personaldecke – wenige Menschen leisten die museale Arbeit und müssen dabei gleichzeitig viele unterschiedliche Aufgaben meistern. Hinzu kommt, dass der ländliche Raum von tiefgreifenden Transformationsprozessen betroffen ist, die unsere Gesellschaft und unser Leben rasant verändern. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, der Vereinsamung der älteren Bevölkerung und vor allem vor dem Hintergrund von Radikalisierungserscheinungen muss kulturelle Bildung neu be- und hinterfragt werden. Denn als Schlüsselfaktor für kulturelle Teilhabe am gesellschaftlichen Leben kommt ihr eine zentrale Aufgabe zu. Der Kurs bietet den Rahmen, sowohl selbstständig als auch gemeinsam mit Kolleg*innen, bisherige Ziele und Formate der eigenen Museumsarbeit kritisch zu reflektieren. In den Seminareinheiten werden Stärken herausgearbeitet und vorhandene wie potenzielle Kooperationspartner analysiert. Leitgedanke ist dabei das Verständnis von Vermittlung als Kernaufgabe aller Bereiche des Museums. Die Analyse der Verbindungen zwischen den ausgestellten Objekten bzw. Themen und ihrer jeweiligen Aktualität für die Besucher*innen liefert die Impulse zur Entwicklung neuer Handlungsspielräume und zum Ausbau innovativer Konzeptideen.

Inhalt des Teilmoduls 1. Vermittlung als Querschnittsaufgabe im Museum 2. Formen und Varianten personaler Vermittlung 3. Reflexion der Vermittlungsangebote im eigenen Museum 4. Kooperation mit anderen Kulturakteuren, Teil 1 und 2 5. Von der Idee zum Konzept Lernergebnisse Die Teilnehmenden • haben Formate der personellen Vermittlung kennengelernt und sich mit Vor- und Nachteilen auseinandergesetzt. • haben die am eigenen Haus zum Einsatz kommende Formate analysiert und beurteilt. • kennen den aktuellen Stand zum Thema Vermittlung als Querschnittsaufgabe im Museum. • haben sich mit Kriterien für das Gelingen von Kooperationen auseinandergesetzt. • haben ihr bestehendes Netz an Kooperationspartnern analysiert. • sind dafür sensibilisiert, neue Kooperationen anzustreben, um gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. • haben am Ende des Fortbildungsmoduls ein neues Vermittlungsformat für eine bereits bestehende Ausstellung, eine Sonderausstellung oder ein konkretes Thema etc. konzipiert.	Fachexpert*innen Gundula Avenarius, Dorothea Leicht, Claudia Meißner, Rebekka Schubert Zielgruppe Vermittlungspersonal, wiss. Personal, Leitungspersonal und ehrenamtliche Mitarbeiter an Museen im ländlichen Raum oder mit wenig Personal, die ihre Vermittlungsarbeit stärken wollen. Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 70% / 30% Präsenzphase 1 Tag Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Präsenzworkshop, Lernmodule, Lernvideos, Produktion Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	--

Von der Ausstellung zum Programm

Die Entwicklung und Umsetzung von Programmen und Begleitprogrammen ist integraler Bestandteil des Ausstellungswesens. Es wird im Rahmen des Teilmoduls vertieft und diskutiert, wie gelungene Programmgestaltung Teil der Ausstellungsplanung unter Berücksichtigung pädagogischer, administrativer und logistischer Rahmenbedingungen sein kann bzw. sein sollte. Anhand des Praxisbeispiels Archäologisches Museum Colombischlössle in Freiburg wird die Vielfalt an Vermittlungswegen aufgezeigt, um darauf aufbauend Konsequenzen für eine Ausstellungsdidaktik festzuhalten 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	Fachexpert*innen Dr. Helena Pastor, Städtische Museen Freiburg Angelika Zinsmaier, Städtische Museen Freiburg Zielgruppe Personen, die in der Bildung und Vermittlung arbeiten Kurator*innen
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.	Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 80% / 20% Präsenzphase 1 Tag Online-Meetings keine Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Video, E-Lectures, Skripte, Literatur, Wiki, Präsenz Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h

7.4 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:

- Das Museum als Marke
- Digitales Marketing
- Fundraising
- Publikationen im Museum
- Öffentlichkeitsarbeit
- Strategisches Marketing
- Urheberrecht

Das Museum als Marke

Das Thema „Museum als Marke“ erscheint manchem auf den ersten Blick fremd. Bei näherer Betrachtung – und unter Berücksichtigung eines umfassenden Ansatzes des Markenbegriffs, der in diesem Teilmodul vertreten wird – liegt es jedoch ausgesprochen nahe, ein Museum als Marke zu verstehen, 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. Die Teilnehmenden lernen den Zusammenhang zwischen Markenbegriff und strategischer Kommunikation im Museum ebenso kennen wie die Markenbildung als ganzheitlichen Prozess innerhalb des Museumsbetriebs.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Markendefinitionen 2 . Entwicklung Markenbegriff 3 . Museumsmatrix 4 . Markendokumentation, Markencreation Lernergebnisse Die Teilnehmenden • kennen die Definition des Markenbegriffs 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% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Lernvideos, Online-Meetings, Online-Interaktionen Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	---

Digitales Marketing

Digitales Marketing ist ein wichtiges Instrumentarium für Museen und Kultureinrichtungen, um langfristig erfolgreich in den sozialen Medien bestehen zu können. Wenn es um Online-Kommunikation und Marketing geht, unterscheiden sich häufig die internen Zielsetzungen von den Bedürfnissen der Online-User. Der Kurs zeigt aktuelle Ansätze für Museen auf und unterstützt die Teilnehmenden dabei, eine eigene digitale Marketingstrategie zu entwickeln und so den Mehrwert ihrer Institution hervorzuheben.

Inhalt des Teilmoduls 1. Grundlagen: Entwicklung von Social Media 2. Methode: Erweitertes Content-Marketing-Framework 3. Methode: Leitbild und Personas 4. Entwicklung: Strategische Schwerpunkte und Formate 5. Entwicklung: Prozesse und Ressourcen	Fachexpert*innen Daniele Turini Zielgruppe Mitarbeiter*innen Kommunikation, Vermittlung, Presse, Öffentlichkeitsarbeit, Volontär*innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse E-Culture. Social Media in Museen
Lernergebnisse Die Teilnehmenden • Können Entwicklungen rund um Social Media verstehen und einordnen • Können ihr Leitbild auf Social Media adaptieren, interne Werte sowie Mission und Vision für ihre Institution formulieren • Sind in der Lage, Stakeholder-Gruppen zu identifizieren und für die Institution relevante Personas zu entwickeln • Sind in der Lage, strategische Schwerpunkte in den sozialen Medien zu konkretisieren sowie davon Inhalte und Formate abzuleiten • Können Prozesse aufgleisen sowie Ressourcen einschätzen, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden können	Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Acquisition, Discussion, Production Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h

Fundraising

Fundraising durch nicht erwerbswirtschaftliche bzw. durch gemeinnützige Organisationen wirft häufig Fragen auf wie: Welche Organisationen dürfen überhaupt Fundraising betreiben? Was sind die wichtigsten Formen der Geldbeschaffung? Und wie hat sich das Verständnis von Fundraising im Lauf der Zeit entwickelt? Zentrales Thema ist der Prozess des Fundraising: vom Festlegen der Ziele und Prioritäten über die Identifikation der Spender, Beziehungspflege, Einwerben der Spende sowie die treuhänderische Verwaltung der Spenden. Außerdem geht es um Determinanten des Verhaltens privater Spender sowie unterschiedliche Ansätze der Segmentierung. Als besondere Form des Fundraising wird in diesem Teilmodul auch das Thema Crowdfunding besprochen, als integratives Konzept des operativen Fundraising wird die sogenannte „Campaign“-Methode behandelt.

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 für ein Fundraising-Programm (Entwicklung neuer Methoden)	Fachexpert*innen Prof. Dr. Jörg Lindenmeier, Universität Freiburg
Lernergebnisse Die Teilnehmenden • wissen, 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 zu deren Weiterentwicklung zu formulieren.	Zielgruppe Personal für Fundraising, Museumsmanagement, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Volontär*innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse Managementenerfahrungen Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Lektüre, Online-Meetings, Etherpad Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h

Öffentlichkeitsarbeit

Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit ist für Museen und andere kulturelle Einrichtungen unverzichtbar und richtet sich nicht nur an die Medien im Sinne der klassischen Pressearbeit, sondern bezieht alle Bezugsgruppen der jeweiligen Institution mit ein. Besonders gewinnen die direkte Ansprache der Besucher*innen sowie der Auftritt der Häuser in sozialen Medien an Bedeutung. Das Teilmodul vermittelt grundlegendes Wissen zur Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen, zum Schreiben von Presstexten, zur Zusammenstellung von Pressemappen (analog/digital), zu Aufbau und Pflege von Medienkontakten, zu Organisation und Ablauf von Pressegesprächen bzw. -konferenzen sowie zur Konzeption langfristiger Kampagnen und zur Imagebildung. Checklisten und Handlungsempfehlungen werden gemeinsam entwickelt und anhand konkreter Beispiele aus dem Teilnehmerkreis überprüft.

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 Imagekampagne 5. Planung und Durchführung einer Pressekonferenz Lernergebnisse Die Teilnehmenden • verstehen sich darauf, Presstexte und -meldungen zu erstellen • können Bezugsgruppen analysieren und spezifisch ansprechen • sind in der Lage, die eigene Medienlandschaft zu analysieren und auf dieser Basis einen strukturierten Presseverteiler zu erstellen • sind im Umgang mit Kommunikations- und Werbemitteln vertraut • sind imstande, eine PR-Strategie samt Zeitplan zu entwickeln • können Checklisten für PR-Aktionen, Pressekonferenzen konzipieren • vermögen den Erfolg von PR-Maßnahmen zu bewerten.	Fachexpert*innen Klaus Schopen, Schokoladenmuseum Köln Zielgruppe Personal aus der Öffentlichkeitsarbeit für Kultureinrichtungen, Volontär*innen Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen Online, Online-Meetings Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	--

Strategisches Marketing

Marketing in Museen ist Teil eines ganzheitlichen und strategisch-operativen Managements und daher besonders wichtig, um ein Museum in seiner Besonderheit und mit seinen Angeboten zu vermarkten, neue Zielgruppen zu erschließen und nicht zuletzt auch Position zu beziehen. Die Museen konkurrieren heute mit anderen Anbietern auf dem Freizeit- und Kulturmarkt und muss sich um seine „Kunden“ bemühen sowie deren Wünsche, Anforderungen und Erwartungen einbeziehen. Strategisches Marketing ist nicht mit Werbung gleichzusetzen. Das Teilmodul zeigt auf, inwiefern Museen von Unternehmen lernen können und fokussiert auf die Marketingkonzeption als strategisches Vorgehen.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Einführung und Best-Practice-Beispiele 2 . Von der Wirtschaft lernen 3 . Marketing als ganzheitliches Management 4 . Online-Marketing 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.	<table> <tr> <td>Fachexpert*innen</td><td>Dr. Ulrike Lehmann, ART COACHING Düsseldorf</td></tr> <tr> <td>Zielgruppe</td><td>Quereinsteiger*innen, Verantwortliche, Volontär*innen, Verwaltungsmitarbeiter*innen, Pressereferent*innen, Kurator*innen</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>Präsenzphase</td><td>keine</td></tr> <tr> <td>Online-Meetings</td><td>2</td></tr> <tr> <td>Sprache</td><td>Deutsch</td></tr> <tr> <td>Lehr-/Lernformen</td><td>Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting</td></tr> <tr> <td>Credit Points</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Lernaufwand</td><td>25-30 h</td></tr> </table>	Fachexpert*innen	Dr. Ulrike Lehmann, ART COACHING Düsseldorf	Zielgruppe	Quereinsteiger*innen, Verantwortliche, Volontär*innen, Verwaltungsmitarbeiter*innen, Pressereferent*innen, Kurator*innen	Kursart	Basiskurs	Empfohlene Vorkenntnisse	keine	Online / Präsenz	100% / 0%	Präsenzphase	keine	Online-Meetings	2	Sprache	Deutsch	Lehr-/Lernformen	Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting	Credit Points	1	Lernaufwand	25-30 h
Fachexpert*innen	Dr. Ulrike Lehmann, ART COACHING Düsseldorf																						
Zielgruppe	Quereinsteiger*innen, Verantwortliche, Volontär*innen, Verwaltungsmitarbeiter*innen, Pressereferent*innen, Kurator*innen																						
Kursart	Basiskurs																						
Empfohlene Vorkenntnisse	keine																						
Online / Präsenz	100% / 0%																						
Präsenzphase	keine																						
Online-Meetings	2																						
Sprache	Deutsch																						
Lehr-/Lernformen	Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting																						
Credit Points	1																						
Lernaufwand	25-30 h																						

Das Teilmodul gibt einen Überblick über das deutsche Urheberrecht. Zunächst werden dessen Funktion und Anwendungsbereich erläutert. Anhand des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) werden die geschützten Werkarten, die Ausschlussrechte von Urhebern und deren Schranken vorgestellt. Mit den Teilbereichen Urhebervertragsrecht und CC-Lizenzen lernen die Teilnehmenden den Umgang als Nutzer urheberrechtlich geschützter Werke. Der Fokus liegt hierbei auf Beispielen aus dem Museumskontext.

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
- besitzen ein Grundverständnis für rechtliche Fragen und deren Einordnung
- sind in der Lage, Gesetzestexte aus dem Bereich Urheberrecht zu lesen, auszulegen, zu verstehen und anzuwenden.

Fachexpert*innen

Prof. Dr. iur. Thomas Dreier
Eva-Maria Bauer,
Franziska Brinkmann
Zentrum für Angewandte
Rechtswissenschaft, Karlsruher
Institut für Technologie (KIT)

Zielgruppe

Kurator*innen,
Museumsmanager*innen
Personal Öffentlichkeitsarbeit
Volontär*innen

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Englischkenntnisse,
insbesondere Hörverständnis

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

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

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

7.5 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

Basiswissen Museum

Aufgabenbereiche im Museum

Das inklusive Museum

Digitale Strategien

Evaluationsmethoden

Finanzen und Haushalte

Geschichte der Museen und Sammlungen

Innovation durch Intrapreneurship

Kulturpolitik

Methodisches Museumsmanagement

Museum und Ethik - Positionen und Richtlinien

Qualitätsstandards und Qualitätssicherung

Zukunft der Museen

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 imstande, 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 die Neugründung eines (kleineren) Museums anstreben

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

3

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Textarbeit, Online-Meetings, E-Lectures

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Aufgabenbereiche im Museum

Angelehnt an die fünf klassischen musealen Aufgabenfelder (Sammeln, Forschen, Bewahren, Ausstellen und Vermitteln, hier ergänzt um die Bereiche Management, PR und Marketing) widmen sich die Teilnehmer*innen dem breiten Spektrum der heutigen Museumsaufgaben. Weiterhin geht es um sich neu entwickelnde Aufgabenbereiche, um Bedeutungsverschiebungen der Museumsdefinition und deren Konsequenzen sowie der Analyse von Ablauf- und Prozessorganisation im Museum.

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 Bedeutungsverschiebung in der Gegenwart und Zukunft zu beschreiben • sind imstande, 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 • können ein Organigramm entwickeln und Abläufe und Prozesse in einem Museum beschreiben.	Fachexpert*innen Dr. Ulrike Lehmann, ART COACHING Düsseldorf museOn weiterbildung & netzwerk, Städtische Museen Freiburg Zielgruppe Quereinsteigende, Volontär*innen, Azubis, FSJ, Verwaltungsmitarbeitende, Technische Mitarbeitende, Facharbeitende Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 75% / 25% Präsenzphase 1 Tag Online-Meetings 1 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen E-Lectures, Laborphase Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	--

Was sind charakteristische Museumstätigkeiten und mit welcher Qualifikation gelangt man dorthin? Welche Netzwerke nutzen Museumsfachleute?

Dieses Einstiegsmodul zeigt die Vielfalt des Museumswesens und deren Bündelung in einer einheitlichen Definition. Der bekannteste Definitionsbestandteil heißt „die fünf Kernaufgaben“: typische Museumsarbeit, die sich in fokussierten Berufsbildern – vom Dokumentar bis zur Museumspädagogin – spiegelt. Eine Übung erklärt, wie Museen den Widerspruch zwischen hoher Spezialisierung und wenigen Personalstellen lösen. Die spezialisierten Arbeitsfelder und die Bandbreite der Museumstypen sind Gründe für eine sehr komplexe Organisations- und Informationsstruktur. Die Vorstellung der verschiedenen Museumsorganisationen und einiger, von diesen herausgegebener Grundsatzdokumente schließt das Teilmodul ab.

Inhalt des Teilmoduls

- 1 . Was ist ein Museum heute?
- 2 . ICOM Definition: Gegenstandsbereiche und Handlungsfelder
- 3 . Kernaufgaben: Kontinuität und Wandel
- 4 . Berufsbilder
- 5 . Museumsorganisationen
- 6 . Berufsethos und Standards
- 7 . Museumswissenschaften & versteckte Museologien

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- können die vielfältigen Bezeichnungen für „Museum“ und einige darin zu erkennende Strukturen des Museumswesens erklären.
- können die breit akzeptierten Aussagen darüber, was ein Museum ist bzw. leistet, wiedergeben.
- sind im Stande, die Vernetzung der Aufgaben zu erläutern und ein Problembewusstsein für unterschiedliche Arbeitsbereiche zu entwickeln
- können die charakteristischen Kernaufgaben der Museumsarbeit typischen Berufsbildern zuordnen und diese Schemata mit realer Museumspraxis in Beziehung setzen.
- können die für Museumsfachleute bereitstehenden Organisationen und Netzwerke überblicken und Suchstrategien entwerfen, wie bei bestimmten Anliegen und Aufgaben der Museumsarbeit Strukturen für Gedankenaustausch, kollegiale Beratung und Informationsangebote zu finden sind.
- können Grundlagendokumente der Museumsarbeit und die dafür verantwortlichen Organisationsstrukturen benennen.

Fachexpert*innen

[Prof. Dr. Dr. Markus Walz](#)

Zielgruppe

Studierende, Promovierende, Berufseinsteiger*innen, Volontär*innen

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100%

Präsenzphase

0

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Lektüre, Erstellung von Konzepten

Credit Points

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. Die Studierenden lernen grundlegende Leitfäden, Checklisten und Hilfestellungen zur Umsetzung von Barrierefreiheit und Inklusion im Museum kennen. Während der Präsenzphase testen sie durch den Einsatz von Simulationsmitteln einen Museumsbesuch mit körperlichen Einschränkungen und entwickeln 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 imstande, 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 75% / 25% Präsenzphase 1 Tag Online-Meetings keine Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen E-Lectures, Lektüre, Erstellung von Checklisten, Abschlusspräsenz Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
---	--

Digitale Strategien

Der Kurs vermittelt die wesentlichen Grundlagen einer digitalen Strategie in Museen und entwickelt an ausgewählten Beispielen die wichtigsten Handlungsfelder in den Aufgabenbereichen Vermittlung, Kommunikation, Dokumentation und Organisation.

Inhalt des Teilmoduls

1. Online-Strategien
2. Handlungsfelder und –bereitschaft
3. Online-Sammlungen
4. Visitor Journey
5. Förderung der Digitalisierung

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- haben Sie eine fundierte Sicht auf Aufgabenfelder in der Dokumentation, Kommunikation bzw. Vermittlung für große bzw. kleine Häuser erlangt, die auch die kritischen Faktoren einer digitalen Transformation in den Institutionen berücksichtigt.
- haben Sie internationale Best Practice Beispiele, Learnings aus etablierten Projekten und aktuelle Tendenzen im Einsatz kennengelernt.
- kennen Sie Grundlagen, Methoden und Instrumente einer digitalen Strategie im Museum.
- haben Sie die wesentlichen Handlungsfelder der Planung und Umsetzung kennengelernt und Einblicke in die Konzeption, Projektentwicklung und Integration in einem laufenden Betrieb erhalten.
- können Sie eigene Konzepte entwickeln, Anwendungsmöglichkeiten reflektieren und die kritischen Ressourcen einschätzen.

Fachexpert*innen

Dr. Christian Gries

Zielgruppe

Wissenschaftliches Personal

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Digitale Objektdokumentation

Online / Präsenz

100%

Präsenzphase

0

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

E-Lectures, Lektüre, Erstellung von Checklisten,

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Evaluationsmethoden

Für ein besucher- bzw. nutzerorientiertes Museum sind Evaluationen unerlässlich: Sie geben Aufschluss darüber, ob die intendierten Ziele erreicht wurden oder noch Anpassungen notwendig sind und liefern damit auch eine Basis für Entscheidungen. Ein zielgruppenspezifischer Einsatz von Evaluationen im Museum setzt eine fundierte Kenntnis der Nutzer, ihrer Erwartungen und Bedürfnisse voraus. Neben den herkömmlichen Methoden eröffnen digitale Verfahren neue Möglichkeiten für die Besucherforschung. Die Studierenden lernen die gängigsten Evaluationsmethoden kennen und sind imstande, den Aufwand und die Durchführbarkeit einer Evaluation im Museum einzuschätzen und deren Ergebnisse einzuordnen.

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 imstande, die Ergebnisse einer Evaluation zu verstehen und die Qualität der Evaluation einzuordnen	Fachexpert*innen Dr. Stéphanie Wintzerith, selbstständige Besucherforscherin, Karlsruhe Zielgruppe Personal aus den Bereichen Ausstellung, Vermittlung, Veranstaltung, Management Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch / Englisch Lehr-/Lernformen E-Lecture, Selbststudium, Lerncomic, 2 Online-Meetings, Case Studies Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
---	---

Finanzen und Haushalte

Das Teilmodul vermittelt Informationen und Hintergründe für die Besonderheiten des Finanzwesens in öffentlichen Museen. Es gibt einen Einblick in Controlling- und Steuerungsmodelle für die selbstständige Planung von Finanzen und Haushalten, setzt sich mit der Mittelbeschaffung für Museen auseinander und widmet sich außerdem der Optimierung von Arbeitsabläufen.

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 die Neugründung eines Museums anstreben
Kursart	Basiskurs
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Online / Präsenz	100% / 0%
Präsenzphase	keine
Online-Meetings	2
Sprache	Deutsch
Lehr-/Lernformen	Textarbeit, Online-Meetings, E-Lectures
Credit Points	1
Lernaufwand	25-30 h

Geschichte der Museen und Sammlungen

Das Wissen um die historischen Grundlagen des Museums- und Ausstellungswesens ist das Fundament für eine Reflexion der Prinzipien des Sammelns und Präsentierens. Hieraus lassen sich nicht nur Potenziale von (eigenen oder zu betreuenden) Sammlungen ableiten, sondern auch Sammlungsstrategien – so beispielsweise im Hinblick auf Bestandserweiterung, Einrichtung neuer Sammelgebiete oder Sammlungs Aufbau. Die Teilnehmenden beschäftigen sich ferner mit der Frage, wie die Geschichte eines Museums für den Besuchenden sichtbar gemacht werden kann und sich die Potenziale einer Sammlung begründen lassen.

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.
- vermögen die Potenziale von (eigenen bzw. zu betreuenden) Sammlungen zu begründen
- sind fähig, die historischen Kontexte (mit ihren jeweiligen Funktionen zwischen Erkenntnis, Repräsentation, Gelehrsamkeit und Bildung) auszuarbeiten
- können Möglichkeiten definieren, wie diese möglicherweise auch für den Besuchenden sichtbar gemacht werden können.

Fachexpert*innen

museOn | weiterbildung & netzwerk, Städtische Museen Freiburg

Zielgruppe

Volontär*innen, Personen, die mit Sammlungen arbeiten oder sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

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

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Innovation durch Intrapreneurship

Dieser Kurs ermöglicht eine Einführung in den Ansatz des Intrapreneurships als Strategie zur Steigerung der Innovationsfähigkeit von Museums-organisationen. Es werden Methoden und Trends vorgestellt, wie sich Museumsorganisationen ausgehend von den Ideen der Beschäftigten professionalisieren können.

Inhalt des Teilmoduls

1. Innovationsbedarfe im disruptiven Zeitalter
2. Innovationsfähigkeit durch Intrapreneurship
3. Management und Innovationen
4. Praxisbeispiele und Handlungsempfehlungen
5. Abschluss und Ausblick

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- haben die Grundlagen des innovationsorientierten Kulturmanagements und erste Methoden zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit der eigenen Museumsorganisation erlernt.

Fachexpert*innen

Dr. Henning Mohr

Zielgruppe

Wissenschaftliches Personal

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

Managementkenntnisse

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Studententext, Expertenvideos, vertiefende Lektüre, Forumdiskussion, Recherche, Präsentation

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Museen müssen nicht nur inhaltlich und organisatorisch konstant gute Arbeit leisten, sondern permanent auch ihre eigene Existenz und Weiterentwicklung begründen und absichern. Sie wirken in den kulturellen und politischen Bereich der Gesellschaft und stehen zugleich – als „freiwillige Aufgabe“ der öffentlichen Hand oder als Ergebnis der Entscheidungen privater Träger – unter kulturpolitischem Rechtfertigungsdruck. Das Teilmodul behandelt Formen des Umgangs mit der Kulturpolitik als ein dauerhaft mitzudenkendes Managementthema. 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, um selbst kulturpolitisch aktiv werden zu können.

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 imstande, 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

75% / 25%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

Onlinephase, Textarbeit,
Präsenzphase

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Methodisches Museumsmanagement

Moderne Museen haben den Anspruch, sich zeitgemäß zu organisieren. Leitende Angestellte in Kulturinstitutionen und Museen müssen deshalb das Handwerkszeug des Kulturmanagers beherrschen. Das Teilmodul behandelt Unterschiede von deutschen und angelsächsischen Museumsmanagementmethoden und zeigt Ansätze auf, mit denen auch kleine Häuser die Schlüsselfunktionen des Museumsmanagements einsetzen können. Lerninhalte sind Grundlagen des Managements sowie die wichtigsten Konzepte und Strategien (strategisches vs. operatives Management); auch klassische Managementfehler sollen zur Sprache kommen. Ein konkreter Auftrag an die Teilnehmenden sorgt für den Theorie-Praxis-Transfer und ermöglicht die Vertiefung von Anwendungsbereichen.

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 imstande, 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

Dr. Christian Wacker, Karl-May-Museum, Radebeul

Zielgruppe

Personen, die sich auf Leitungsaufgaben vorbereiten oder die Neugründung eines Museums anstreben

Kursart

Basiskurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

100% / 0%

Präsenzphase

keine

Online-Meetings

2

Sprache

Deutsch

Lehr-/Lernformen

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

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30 h

Museum und Ethik – Richtlinien und Positionen

Das Teilmodul gibt einen Überblick über die wichtigsten ethischen Implikationen musealer Tätigkeit, wie sie in den „Ethischen Richtlinien für Museen“ des ICOM formuliert wurden. Sie stellen einen Mindeststandard für Museen dar und manifestieren sich sowohl in Hinblick auf das persönliche Verhalten der Mitarbeiter als auch in den Voraussetzungen für die Museumsarbeit als solcher. Die Korrelation der klassischen Museumsaufgaben (Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln) zur Museumsethik werden in den Blick genommen und die Teilnehmenden in die Lage versetzt, das Verhalten der Institution als Ganzes wie auch das jedes einzelnen Mitarbeiters zu reflektieren sowie Argumente zu formulieren, die auf ethische Überlegungen gründen. Im Rahmen des Teilmoduls kann eine eigene Fragestellung intensiv bearbeitet werden.

Inhalt des Teilmoduls 1 . Einführende Darstellung 2 . Studium von Dokumenten 3 . Analyse von Fallbeispielen 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 imstande, Konsequenzen für ihr eigenes Handeln zu analysieren • können Argumente für auf ethische Überlegungen gegründete Forderungen an Museumsleitung, Kollegen, Trägereinrichtungen (Verwaltung, Politiker) und Öffentlichkeit wiedergeben.	Fachexpert*innen museOn weiterbildung & netzwerk Zielgruppe Quereinsteigende, Volontär*innen, Azubis, FSJ, Verwaltungsmitarbeiter*innen, Technische Mitarbeitende, Facharbeitende Kursart Basiskurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 80% / 20% Präsenzphase 1 Tag Online-Meetings keine Sprache Deutsch / Englisch Lehr-/Lernformen Textstudium, Bearbeitung von Fallbeispielen, Präsenzdiskussion Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
--	---

Qualitätsstandards und Qualitätssicherung

Dieses Teilmodul stellt Qualitätsmanagementsysteme vor, und zwar sowohl museumsspezifische als auch allgemeingültige Systeme, die in Kontext zu museumsspezifischen Akkreditierungs- und/oder Registrierungsverfahren gebracht werden. Ziel ist es, die museumsspezifischen Grundlagen und die Grundzüge der verschiedenen Qualitätsmanagement(QM)-Modelle zu kennen und die Fähigkeit zu erlangen, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Systeme einschätzen zu können, um Qualität in Museen zu definieren. Dies dient der eigenen Entwicklung eines QM-Systems.

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 Zielgruppe Museumsmanagement, Personalverantwortliche Kurator*innen Kursart Aufbaukurs Empfohlene Vorkenntnisse keine Online / Präsenz 100% / 0% Präsenzphase keine Online-Meetings 2 Sprache Deutsch Lehr-/Lernformen E-Lecture, Videos, Textstudium, Online-Meetings Credit Points 1 Lernaufwand 25-30 h
---	---

Zukunft der Museen

Die Kursteilnehmenden lernen verschiedene Strategien von Neukonzeptionen und Neubauprojekten sowie die Debatten der aktuellen Museumslandschaft kennen und werfen einen Blick auf internationale Entwicklungen der Museen. Sie beschäftigen sich mit den aktuellen Debatten über Megatrends, setzen diese in Beziehung zu ihrer eigenen Praxis und entwickeln Zukunftsvorstellungen für ihre eigenen Museen.

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 Zukunftsmodells für die eigene Arbeit / das eigene Haus

Lernergebnisse

Die Teilnehmenden

- sind fähig, aktuelle Debatten um die Zukunft der Museen (Positionen) zu schildern
- sind imstande, 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. Henning Mohr, Bergbaumuseum, INTRAFO Projekt

Zielgruppe

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

Kursart

Aufbaukurs

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Online / Präsenz

75% / 25%

Präsenzphase

1 Tag

Online-Meetings

1

Sprache

Deutsch / Englisch

Lehr-/Lernformen

Lektüre, Online-Meetings, Abschlussdiskussion

Credit Points

1

Lernaufwand

25-30

7 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
Albertstraße 14a, 79104 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:

Ilka Backmeister-Collacott, Christian Wacker, Barbara Müller,
Dorthe Hutz-Nierhoff, Antje-Sophie Menschner, Sophia Metzler,
Barbara Reitz, Clemens Huemerlehner, Britta Bieberbach

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/).

Die dem Modulhandbuch zugrunde liegende Programmentwicklung wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen [16OH22065] gefördert.

Verantwortlich für den Inhalt:

Prof. Dr. Ralf von den Hoff

Universität Freiburg

2020, museOn | weiterbildung & netzwerk

