



mvt
MUSEUMS
VERBAND
THÜRINGEN



THÜRINGER MUSEUMSHEFTE



2 | 2023



Titelthema: Kulturelle Bildung und Vermittlung in den Museen

„Neuer Huth“ für die Sammlung des Museum642

Die Sammlung des Museum642 – Pöbnecker Stadtgeschichte ist im August 2023 um eine sehr fein ausgearbeitete Pastellzeichnung des Malers Franz Huth bereichert worden. Der 1876 als Sohn des Porzellanmalers Louis Huth (1843–1923) in Pöbneck geborene Franz Huth erlernte in der väterlichen Werkstatt zunächst die Technik der Porzel-

lan- und Glasmalerei, bevor er von 1911 bis 1918 in verschiedenen Städten Deutschlands als freischaffender Künstler tätig war. 1922 siedelte er nach Weimar über, wo er die folgenden 40 Jahre wirkte und 1970 im Alter von 93 Jahren verstarb. Franz Huth gilt heute nicht nur in Thüringen als einer der bedeutendsten Pastellmaler des 20. Jahrhunderts.

Ansichten der Stadt Pöbneck, der Geburtsstadt von Franz Huth, wo er überdies als Ehrenbürger geehrt wird, nehmen in seinem Œuvre eine besondere Stellung ein. Dies lässt sich auch an dem von einem privaten Sammler aus Weimar erworbenen und aus Spenden zugunsten des Stadtmuseums finanzierten, gerahmten Pastell erkennen. Die Szenerie zeigt das Herz der Stadt: Den über Pöbneck hinaus bekannten schrägen Marktplatz samt Bartholomäuskirche und den Marktbrunnen mit dem Marktbornmännchen. Dabei bildet die Pöbnecker Stadtkirche den Fond und ist außerdem von der Einbindung in den städtischen Raum und von der rahmenden Natur geprägt.

Vermutlich wird der „neue Huth“ seinen Platz in der nach ihm benannten Galerie der Dauerausstellung des Museum642 finden, in der derzeit 23 Bilder hängen, darunter auch zwei Ansichten, die den Marktplatz zu verschiedenen Tages- und Jahreszeiten und in ganz unterschiedlichen Grundstimmungen zeigen. Damit schließt die Neuerwerbung gleich mehrere Lücken der Pöbnecker Sammlung, in der viele Landschaften und Interieurs des Künstlers aufbewahrt werden.



„Marktplatz Pöbneck“ im Museum642 – Pöbnecker Stadtgeschichte. (Foto: Stadt Pöbneck)

Maja Brodrecht, Franziska Gebser

Thüringer Museumshefte

Herausgegeben vom
Museumsverband Thüringen e. V.

32. Jahr | 2023 | 2. Heft

■ ■ ■ **Editorial**

Kulturelle Bildung und Vermittlung in den Museen 7
Vorstand des Museumsverbandes Thüringen e. V.

■ ■ ■ **Titelthema: Kulturelle Bildung und Vermittlung in den Museen**

Was bedeutet zeitgemäße Bildungs- und Vermittlungsarbeit für Museen? 9
 Anforderungen und Implikationen
Tobias Nettke

Lernort Museum 16
 Die Bedeutung der Zusammenarbeit von Museum und Schule
Sybill Hecht, Stefanie Keil

Raus aus Weimar, rein nach Thüringen! 23
 Vermittlung musealer Themen an und mit Schulen in ländlichen Räumen
Friederike Wehrmann

Von der Lehranstalt um 1848 zum *studio* im Lindenau-Museum 2023 30
Julia Ehrhardt, Angelika Forster

„Ohne Provenienz gehts nicht mehr“ 38
 Provenienzforschung und Vermittlung
Katharina Taxis

■ ■ ■ **Aus den Museen**

„Lernen am anderen Ort“ mit den Mühlhäuser Museen 45
Steffi Maass

Die „LeseZEIT auf Burg Posterstein“	49
Ein innovatives und nachhaltiges Podcast-Format <i>Marlene Hofmann</i>	
Mit dem feuchteregulierten Warmluftverfahren gegen Schadinsekten	53
Eine Wärmekammer für das Außendepot des Thüringer Landesmuseums Heidecksburg <i>Lars Krauß</i>	
Die Leuchtenburg als Zucht-, Armen und Irrenhaus	57
Neuer Zugang durch digitalen Spiegel <i>Ulrike Kaiser</i>	
Personalia	63

■ ■ ■ **Forum Museum**

Offizielle deutsche Übersetzung der neuen ICOM-Museumsdefinition	65
Wie arbeiten Museen und was brauchen Sie dazu?	66
Der Leitfaden „Standards für Museen“ liegt in einer neuen Ausgabe vor <i>Angelika Steinmetz-Oppelland</i>	
Website zu den Novemberpogromen 1938 auf dem Gebiet des heutigen Freistaates Thüringen: . .	69
Ein partizipatives Projekt <i>Jens-Christian Wagner</i>	
„Impulse & Tools für die digitale Kulturvermittlung“	73
Eine Rezension des museum4punkt0 workbooks <i>Manuela Tiersch</i>	
Burgenland Thüringen	77
Die Marketingkampagne der Thüringer Tourismus GmbH 2024 <i>Lisa Kramer</i>	

■ ■ ■ **Aus dem Museumsverband**

Der Verbandstag 2023 im Schloss Ehrenstein	81
<i>Stefanie Keil</i>	
Bericht des Vorstandes zum Verbandsjahr 2022/2023	84
Rede des Präsidiums zum Verbandstag im September 2023	
<i>Roland Krischke, Franziska Zschäck, Timo Mappes</i>	
Laudatio zur Verleihung der Bernhard-von-Lindenau-Medaille	90
des Museumsverbandes Thüringen e. V. an Ralf Seeber	
<i>Sandra Müller</i>	
Situation und Bedarfe der Thüringer Museen 2023	93
Positionen und Perspektiven	
<i>Eva-Maria von Máriássy, Angelika Steinmetz-Oppelland, Ralf Werneburg, Franziska Zschäck</i>	
Die Kommunikationsstrategie des Museumsverbandes Thüringen e. V.	99
<i>Stefanie Keil</i>	
Ein Fotograf und seine Muttersprache:	102
Barrierefreiheit und Inklusion für Gehörlose am Beispiel einer Fotoausstellung	
<i>Etienne Genedl</i>	
Autorinnen und Autoren	105
Impressum	107

Kulturelle Bildung und Vermittlung in den Museen



Liebe Kolleginnen und Kollegen,
liebe Leserinnen und Leser,

Nur scheinbar ist es ein Widerspruch, sich in Zeiten wie diesen mit Museumsthemen zu beschäftigen. Zumal es in diesem Heft um Bildung und Vermittlung geht, um Grundzüge des menschlichen Zusammenlebens also. Nie war es so wichtig wie heute, sich den Fragen „Was wollen wir für die nächste Generation aufbewahren?“ oder „Was wollen wir den Menschen an Werten vermitteln?“ zu stellen. Angesichts der Kriege in Europa, im Nahen Osten und an zu vielen anderen Orten auf der Welt ist es kein Eskapismus, sich um das Bewahren und Vermitteln unserer Kulturschätze Gedanken zu machen. Nie war es wichtiger als jetzt, achtsam und empathisch mit den Dingen umzugehen, die Ausdruck verschiedenster Kulturen und ihres friedlichen Miteinanders sind. Im Blickpunkt stehen dabei immer die Menschen. Ihre unerschöpfliche Kreativität und ihre einfühlsame Neugier für alles Neue und scheinbar Fremde zu wecken, ist eine der wichtigsten Aufgaben einer Museumsarbeit, die Werte wie Toleranz und Offenheit vermitteln möchte. Dass selbstverständliche Grundsätze unserer freiheitlichen Gesellschaft immer häufiger hinterfragt werden, gibt uns nicht nur zu denken, sondern schärft unsere Aufgabe.

Dass der traditionelle Begriff der Museumspädagogik nach und nach abgelöst wird von der umfassend verstandenen Aufgabe der Bildung und Vermittlung in den Museen, ist nicht zuletzt einem gewachsenen Selbstbewusstsein geschuldet. Inhalte, die in Museen vermittelt werden, sind

unentbehrlicher Teil des Bildungskanons. Schulen und Universitäten brauchen Museen, um anhand von Originalen authentische Begegnungen mit Geschichte und Gegenwart zu ermöglichen. Unsere vielfältigen pädagogischen Programme vermitteln kein Gymnasiastenwissen, sondern wenden sich zielorientiert an Menschen jeden Alters und aus allen Bildungsschichten sowie an Menschen mit Beeinträchtigungen. In Museen wird mit dem Sammlungsgut wissenschaftlich gearbeitet. Es werden Forschungsergebnisse erzielt, die wir für eine breite Öffentlichkeit aufbereiten. Dem heutigen Alltag fernstehende Dinge und komplizierte Sachverhalte mit Erlebniswert verständlich zu machen, gehört zu den Kernkompetenzen der Vermittlerinnen und Vermittler in den Museen.

Dieses Museumsheft nähert sich dem Thema Vermittlung von mehreren Seiten. Wir stellen anhand von Best-Practice-Beispielen neue Vermittlungskonzepte vor und werfen einen Blick auf die neue, weltweit gültige Museumsdefinition, die im Rahmen der 26. Generalkonferenz des Internationalen Museumsrats ICOM in Prag verabschiedet wurde. Muss sich die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der Museen danach neu positionieren? Eine wichtige Zielgruppe der Vermittlung in den Museen sind Schulklassen. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist es unerlässlich, ein gegenseitiges Verständnis beider Institutionen zu entwickeln, die im Idealfall zu Kooperationsvereinbarungen führen. Für die Museen ist es eine Hilfe, Plattformen wie das Thüringer Schulportal zu nutzen.

Wir stellen einzelne Projekte vor wie das Kultur-Labor der Klassik Stiftung Weimar, das Erfahrungen

mit Schulen im ländlichen Raum sammeln konnte, die in die weitere Vermittlungsarbeit der Stiftung einfließen. Neue Formate erprobt auch das Lindenu-Museum Altenburg mit seinen in den letzten beiden Jahren neu eingerichteten Werkstätten. Im studioDIGITAL werden Museumsinhalte auf neue Weise vermittelt: ob 3-D-Druck, digitales Zeichnen oder Filmprojekte – die Digitalität wird hier aktiv aufgegriffen und zu einem neuen Werkzeug der Vermittlungsarbeit. Auch die Provenienzforschung kann hierbei einen wichtigen Stellenwert einnehmen, indem die Geschichte der Exponate gezielt aufgearbeitet und den Besucherinnen und Besuchern anschaulich gemacht wird.

Es sind viele lesenswerte Beiträge entstanden. Wir danken allen Autorinnen und Autoren ganz herzlich, aber auch dem Redaktionsteam aus Vorstand und Geschäftsstelle, das auch dieses Heft von der ersten Idee bis zum Druck begleitet hat.

Wir wünschen Ihnen allen ein friedvolles Weihnachtsfest und ein gutes und gesundes Jahr 2024!

Herzlich grüßt

Ihr Vorstand des
Museumsverbandes Thüringen e. V.

Was bedeutet zeitgemäße Bildungs- und Vermittlungsarbeit für Museen? Anforderungen und Implikationen



Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen haben eine lange Geschichte: Museen dienten von Anfang an nicht allein der Zurschaustellung von Objekten, sondern auch dem Lernen und der Unterhaltung, allerdings exklusiv für privilegierte Gruppen der Gesellschaft. Mit der Präsentation ausgewählter Objekte und den damit verbundenen Inhalten wurden entsprechende Botschaften vermittelt. So sollten die Besuchenden etwas lernen – sei es über das Prestige der Fürsten als Leihgeber der Sammlung oder über ihre Perspektive auf Kunst, Natur, Geschichte und Gesellschaft. Das heißt, die Rolle der Sammlung für die Gesellschaft wurde vom Museum einseitig interpretiert und vermittelt. Das machte Museen anfällig für Propaganda und Missbrauch. Die unterschiedlichen Möglichkeiten der Interpretation der Sammlung und Forschung führen berechtigter Weise bis heute zu Diskursen in Museen und ihren Verbänden, zumal auf den ersten Blick ein ehrenamtlich geführtes Heimatmuseum, ein großes Nationalmuseum, eine kleine Gedenkstätte und ein privates Kindermuseum kaum Gemeinsamkeiten in der Umsetzung ihrer Kernaufgaben haben. Damit ist verbunden, dass sich das Selbstverständnis in Bezug auf Bildung und Vermittlung permanent weiterentwickelt.

Woher leitet sich die Aufgabe der Vermittlung ab?

Einen Bildungsauftrag geben sich die Museen, die Museumsverbände sowie deren Stakeholder und öffentliche und private Träger. Sie entsprechen da-

mit dem von der UNESCO formulierten Recht auf kulturelle Teilhabe (vgl. Artikel 27 der UNESCO Menschenrechtserklärung).

Der Internationale Museumsverband ICOM veröffentlichte nach langem Ringen zur Hauptversammlung 2022 in Prag die neue Definition der Museen. Im ersten Satz blieben die bisherigen Kernmerkmale und Kernaufgaben entsprechend den vorhergehenden

„Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv, fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch.“

Die offizielle deutsche Übersetzung der Museumsdefinition im Juli 2023 proklamierten die Nationalkomitees von ICOM Belgien, ICOM Deutschland, ICOM Österreich und ICOM Schweiz, welche ICOM International im August 2022 in der englischen, französischen und spanischen Fassung verabschiedet hatte.

den Definitionen bestehen. Zugleich wurden im zweiten bis vierten Satz insbesondere die Zielrichtung sowie die Art und Weise der Museumsarbeit genauer als bisher gerahmt. Damit werden aktuelle Vermittlungsaspekte aufgegriffen.

Die neue Definition der Museumsaufgaben nimmt die gesellschaftliche Verantwortung stärker als die bisherige Definition in den Blick und konkretisiert den bis dato wenig spezifizierten Bildungsauftrag. Als allgemeinen Nenner skizziert sie zum einen, *was* Museen vermitteln sollten, denn Bildungs- und Vermittlungsarbeit umfasst die Auswahl von Inhalten: *Was* wird aus welchen Gründen vermittelt? *Was* wird erforscht, gesammelt, bewahrt, interpretiert und ausgestellt? Zum anderen hinaus skizziert sie, *wie* Museen vermitteln sollten. Die bisherige Museumsdefinition gab kaum genauere Hinweise, *wie* die Prozesse der Interpretation und Aufbereitung „im Dienst der Gesellschaft“ aussehen sollten: *Wie* wird das Gesammelte, Bewahrte, Erforschte im Vermittlungsprogramm interpretiert und wie wird es öffentlich ausgestellt? Die neue Museumsdefinition gibt hier einen Rahmen vor und verdeutlicht damit den Bildungsauftrag.

Welche Ansprüche zeitgemäßer Vermittlungsarbeit sind zentral?

Die neue Museumsdefinition weist im zweiten Satz darauf hin, wie Vermittlungsarbeit von Museen „im Dienst der Gesellschaft“ heute aussieht. Für eine möglichst breite und vielfältige Öffentlichkeit vermitteln Museen ihre Inhalte „zugänglich, barrierefrei und inklusiv“. Mit den hinter diesen Begriffen stehenden Konzepten und Ansprüchen sind für einige Museen erhebliche Herausforderungen

verbunden: So ist die inhaltliche oder verkehrstechnische Zugänglichkeit und vor allem bauliche Barrierefreiheit sowie die inklusive Vorbereitung und Umsetzung von allen Angeboten ein sehr erstrebenswertes Ideal.

Der Anspruch der Zugänglichkeit, Barrierefreiheit und Inklusion richtet sich nicht nur an privilegierte, bildungsbürgerliche, akademisch geprägte, sondern an diverse Gruppen der Gesellschaft. Zugleich sollte sich diese nicht nur auf die Dauer einer Sonderausstellung oder von Projekten beschränken, sondern nachhaltig sein, das heißt auf Dauer angelegt. Das entspricht bei Weitem nicht der Realität. Dennoch bekennen sich Museen zu diesem Anspruch. Sie nehmen hinsichtlich ihrer Zugänglichkeit, Barrierefreiheit und Inklusivität eine selbstkritische Haltung ein, was bisher häufig allein die Rolle der Vermittlungsabteilung war. Museen können diesen Ansprüchen in (teils kleineren) Schritten, etwa phasenweise oder auf bestimmten Ebenen und mit der Zeit gerechter werden (vgl. DMB 2013).

Museen fördern „Diversität und Nachhaltigkeit“. Um der breiten Öffentlichkeit gerecht zu werden, planen zeitgemäße Museen somit auf Basis ihrer Ressourcen und Ziele für bisher unerreichte Ziel- beziehungsweise Nutzergruppen. Die häufig benannte Zielgruppe „alle“ gibt es nicht. Derartige Aussagen vernebeln, dass oft keine inklusiven und barrierefreien Angebote bestehen. Museen sollten in der Lage sein, selbstkritisch Gruppen zu benennen, die die eigenen Angebote bisher eher nutzten und welche Gruppen eher nicht.

In angelsächsischen Museen entwickelte sich das Arbeitsfeld der Publikumsentwicklung, die „Audience Development“, schon in den 1990er-Jahren an der Schnittstelle von Marketing, Programmplanung und Vermittlung (vgl. Mandel 2013). Der publi-

kursorientierte Ansatz bezieht sich heute vor allem auf die Entwicklung von Museumsstrukturen, die neuen, bisher marginalisierten und unerreichten Publikumsgruppen zugutekommen. Dabei spielen Ansätze wie Outreach und Inreach eine wichtige Rolle.

In diesem Sinne fördert Vermittlungsarbeit ökologische, ökonomische und soziale Dimensionen von Nachhaltigkeit, indem sie Inhalte multiperspektivisch für vielfältige Gruppen der Gesellschaft als relevant und zielgruppenadäquat verständlich aufbereitet.

Die Zeiten gehören demnach der Vergangenheit an, in denen die Belange der Zugänglichkeit oder Barrierefreiheit allein in einer Bauabteilung debattiert wurden oder in der Inklusion und die partizipative Zusammenarbeit mit Communities eine Aufgabe einer Bildungsabteilung war. Die in der Definition von ICOM genannten Querschnittsaufgaben von Museen bringen es mit sich, dass alle Abteilungen sich inhaltlich daran ausrichten und ihre Ressourcen dafür einsetzen.

Im dritten Satz der Museumsdefinition heißt es: „Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities.“ Museen sind demnach angehalten, als Querschnittsaufgabe ihre ethische Haltung, ihre Professionalität und die von ihnen eröffneten Partizipationsmöglichkeiten an Communities klar zu kommunizieren und diese Arbeit mit entsprechenden Ressourcen auszustatten. Selbstverständlich ist diesbezüglich die Museumslandschaft heterogen: Während gerade mittlere und größere Museen ihre ethische Haltung und ihren professionellen Anspruch in ihrer Mission, ihrer Vision und genauer in ihrem Leitbild formulieren, arbeiten viele kleinere Museen seit Jahren und mit viel Engagement im Arbeitsfeld der partizipativen Zusammenarbeit mit Communities und nehmen damit

auch sozialgesellschaftliche Aufgaben war. In vielen Museen werden heute Formate zur Partizipation und Einbindung von Zielgruppen in Entscheidungsprozesse etabliert, etwa in Form von Community-Beräten, wie beispielsweise Mitglieder aus Vereinen, Interessenverbänden, Nachbarschaftsinitiativen.

Dieses von ICOM skizzierte Selbstverständnis findet sich auch in dem im Juli 2023 publizierten „Standards für Museen“, herausgegeben vom Deutschen Museumsbund e. V. (DMB) mit ICOM Deutschland und der Konferenz der Museumsberatungsstellen in den Ländern (KMBL). Hier werden die „Anerkennung des Bildungsauftrags der Museen als eine ihrer zentralen Aufgaben und Vernetzung mit Bildungseinrichtungen und sozialen Einrichtungen aller Art“ und die „aktive Unterstützung bei der Umsetzung von Diversität und Teilhabe im Museum (z. B. Gendergerechtigkeit, Inklusion, Interkulturalität) [...]“ als Voraussetzungen für die Museumsarbeit genannt (vgl. DMB et al. 2023, 9). Derartige Qualitätsmerkmale benennen der DMB und der Bundesverband Museumspädagogik (BVMP) in beiden Leitfäden zur Bildung und Vermittlung als grundlegenden Inhalt und Prinzip der Vermittlungsarbeit mit Objekten (DMB & BVMP 2008 und 2020).

Professionell zu arbeiten heißt, die ständige Reflexion von Theorie und Praxis voranzutreiben und zum Beispiel selbstkritisch anhand von empirisch nachprüfbaren Fakten zu analysieren, ob die physischen oder digitalen Zugänge tatsächlich geschaffen wurden und unterschiedlichste Communities tatsächlich erfolgreich in partizipative Prozesse eingebunden wurden. Hierzu ist eine regelmäßige Analyse des Ist-Zustandes angeraten, wie durch Evaluationen und Publikumsforschung, die Nicht-Besucher-Befragungen beinhalten (vgl. DMB 2019; DMB et al. 2020).

Worauf läuft der Bildungsauftrag hinaus?

Die neue ICOM-Museumsdefinition schließt im vierten Satz, indem sie die intendierten Wirkungen der Museumsdienstleistung benennt: „Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen“. Mit der Begrifflichkeit als Resultat der Nutzung von Museumsangeboten wird ein umfassendes Lern- und Bildungsverständnis deutlich. Aus bildungswissenschaftlicher Sicht sind Erfahrungen die Ergebnisse zuvor durchlaufener Lernprozesse. Die Vermittlungsaufgabe zielt auf unterschiedliche Dimensionen von Erfahrungen ab.

„Bildung“

Bildung, verstanden als Ergebnis lebenslanger vielseitiger Lernprozesse, ist eine Dimension, die aus Museumserfahrung resultieren kann. Vermittlungsarbeit zielt darauf ab, das Museum als Ort der Bildung systematisch weiter auszubauen. Wenn Menschen aus einem Museumsbesuch „etwas mitnehmen“, so ist das in der Regel nicht das Ergebnis einer zielgerichteten und systematischen Auseinandersetzung mit den dargebotenen Informationen im Museum, sondern das Resultat eines beiläufigen Wahrnehmungs- und Lernprozesses, dem Informelles Lernen. John Falk und Lynn Dierking erforschten über Jahrzehnte Museumsbesuche und identifizierten mehrere Bündel von Faktoren, sogenannte Kontexte, die Museumserfahrung beeinflussen (Falk & Dierking 2013). In ihrem „Contextual Model of Learning“ unterscheiden sie:

1. Persönlicher Kontext: Motive, Erwartungen, Vorwissen, Interessen und Überzeugungen. Dabei ist entscheidend, inwiefern die Museumsangebote Wahlmöglichkeiten lassen.

2. Physischer Kontext: Qualität des Designs und der Usability. Lernen wird wahrscheinlicher, wenn dies an Erfahrungen außerhalb des Museums anzuknüpfen vermag.
3. Soziokultureller Kontext: Interaktion mit anderen. Sie kann durch das Museumsangebot gefördert werden.

Für Museen ergibt sich die Aufgabe, diese Kontexte und die damit verbundenen Faktoren bei der Konzeption von Ausstellungen, von pädagogischen oder medialen Programmangeboten zu berücksichtigen, um dem Bildungsauftrag gerecht zu werden. Aufgrund der Diversität sind verschiedene Lernansätze zu nutzen (vgl. Nettke 2016a; b), zum Beispiel entdeckende, interaktive, spielerische, dialogische, diskursive, interdisziplinäre, gesellschaftskritische oder generationsübergreifende Ansätze.

„Reflexion und Wissensaustausch“

Reflexion ist eine weitere Erfahrungsdimension der ICOM-Museumsdefinition und eng mit dem Bildungsbegriff verknüpft. Sie kann als Analyse der Museumserfahrung mit entsprechenden Schlussfolgerungen verstanden werden. Museen können einerseits über das Aufbereiten und Anbieten von Wissensbeständen individuelle Reflexion anregen, andererseits kann Reflexion gerade durch die Interaktion mit anderen Personen vorangetrieben werden.

Der Wissensaustausch lässt sich verstehen als das Miteinander-Teilen von Wissen und Erkenntnissen. Museumserfahrungen sollten zum Dialog inspirieren, nicht zur Belehrung. Vor dem Hintergrund, dass Museumsbesuche freiwillig und in der Freizeit erfolgen, ist das informelle Lernen vom interaktiven Austausch mit Programm- oder Ausstellungsin-

halten geprägt, dem soziokulturellen Kontext. Vor diesem Hintergrund bieten Museen sich als Dialog-Plattform zum Austausch über unterschiedliche Formen des Wissens und über Perspektiven an. Daher finden Formate und Räume mit Bezeichnungen wie beispielsweise Labor, Museum Lab, Stadtlabor, Open Lab, Community Forum, Dialogforum eine zunehmende Verbreitung.

„Freude“

Die Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen, historischen und künstlerischen Inhalten darf und soll, wo immer es passt, Freude oder Genuss („enjoyment“), bereiten oder zum Wohlfühlen einladen. Informelles Lernen wird gerade mit Emotionen, darunter Spaß, wahrscheinlich. Selbstverständlich definieren Gedenkstätten diese Dimension für sich anders. Ähnliche Kategorien finden sich in den für Museen und Kultureinrichtungen typischen Lernresultaten, die „Generic Learning Outcomes“ genannt werden. Sie wurden für das „Museum Libraries and Archives Council“ (MLA) England entwickelt und von Eilean Hooper-Greenhill et al. (2004) publiziert. In diesem Modell steht Freude auf einer Ebene mit „Inspiration und Kreativität“. Die Learning Outcomes benennen als weitere Dimension unter anderem „Einstellungen und Werte“, womit auch die Zunahme von Empathie aus einer positiven Museumserfahrung resultieren kann.

Das Wohlfühlen („wellbeing“) hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen, nicht nur, in dem entlang der Visitor Journey die Service-Angebote wie Infotresen, Cafés und weitere, systematisch ausgebaut wurden. Die Verbesserung einer angenehmen Aufenthaltsqualität macht ein Museum auch zu einem Ort der Entspannung. Dies wird beispielhaft deutlich an der



Podiumsgespräch zur Eröffnung der Ausstellung „Vor dem Verschwinden. Spurensuche nach vergessener Kunst aus der DDR“ vom 17.08.2023 in der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße in Erfurt. (Foto: MVT)

Zunahme an „offenen Räumen“, wobei die Bezeichnungen unterschiedlich sind. Sie reichen von Open Spaces, Dritter Ort, Lounge, Garten, Park mit Kunst/Spielraum bis zum Museumsvorplatz mit Ruhezone. Diese Räume oder Orte sind oft ohne Eintritt zugänglich, bieten neben Getränken noch freies WLAN und teils einen Zugang zu einem Teil der Ausstellung. Es sind Plätze zum Erholen und sich unterhalten.

Für bestimmte Gruppen bieten einige Museen geschützte Räume. Das kann ein permanenter Gebetsraum, ein Raum der Stille oder auch ein Raum zum Stillen sein. Bei anspruchsvollen und triggern Themen bieten einige Museen bestimmten Gruppen unter den Gästen gesonderte Rückzugsräume im Sinne von Safer Spaces an.

Fazit:
Was sind aktuelle Vermittlungsaufgaben?

Bei genauem Hinsehen sind die Aufgaben, die die neue ICOM-Definition skizziert, nicht wirklich neu. Insbesondere international gesehen werden die genannten Schlagworte und damit verbundenen Ansätze seit Jahrzehnten in der Theorie und Praxis diskutiert. Aber: Das Bekenntnis von Museen zum Dienst an der Gesellschaft bleibt aktuell, wurde präziser gefasst und gestärkt.

Vermittlung im Museum befindet sich in einem stetigen Wandel. Sie ist weit mehr als Museumspädagogik und auf das engste mit dem Format der Ausstellung sowie weiteren Kommunikationsformen verbunden, wie sie etwa in Social-Media-Kanälen und in der Öffentlichkeitsarbeit oder Eventplanung eine

Rolle spielen. Zugleich bleiben gesammelte analoge oder virtuelle Objekte des materiellen und immateriellen Kultur- und Naturerbes die Kernressourcen und ihre professionelle zeitgemäße Interpretation und Präsentation zentrale Dienstleistungen. Herausfordernd ist für Museen mit wenig Ressourcen die Zunahme der komplexen Aufgaben unter Beibehaltung hoher Qualitätsstandards, etwa bei der Entwicklung von hybriden und digitalen Vermittlungsformaten, die sich auf physisch präsente und sinnlich erlebbare Sammlungsobjekte im Museum beziehen. Die anspruchsvollen Kommunikationsaufgaben können nur aufeinander abgestimmt erfolgen, indem alle beteiligten Mitarbeitenden ihre jeweilige Expertise in gemischten Projektteams bei der Entwicklung der jeweiligen Formate mit einbringen.

In den aktualisierten „Standards für Museen“ des Deutschen Museumsbundes werden Bildung und Vermittlung, Kommunikation und Ausstellungsarbeit als eigene Arbeitsbereiche mit jeweiligen Spezifika beschrieben. Zugleich wird deutlich gemacht, dass diese Bereiche sich gemeinsam an der diversen Gesellschaft und „den Bedürfnissen der Öffentlichkeit“ und unterschiedlichen „Lebenswelten“ ausrichten (DMB et al. 2023, S. 39).

Aus Perspektive der Vermittlung ist und bleibt somit die anzupassende Ausrichtung der Angebote an einem diversen Publikum aktuell.

Tobias Nettke

Quellen und weiterführende Literatur:

- Deutscher Museumsbund (Hrsg.) (2019): Hauptsache Publikum! Besucherforschung für die Museumspraxis. Berlin.*
- Deutscher Museumsbund, Bundesverband Museumspädagogik (Hrsg.) (2020): Leitfaden. Bildung und Vermittlung im Museum gestalten. Berlin.*



Mit neuartigen Formaten werden die Zielgruppen von Museen erweitert oder neue Communities angesprochen, wie das Beispiel auf Burg Posterstein zeigt. Neben den regulären Ausstellungen findet jährlich ein großes Mittelalterspektakel mit Ritterturnieren und circa 6.000 Besucherinnen und Besuchern statt. (Foto: Burg Posterstein)

- Deutscher Museumsbund & Bundesverband Museumspädagogik (Hrsg.) (2008): Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Deutscher Museumsbund: Berlin.*
 - Deutscher Museumsbund, Bundesverband Museumspädagogik & Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit (Hrsg.) (2013): Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion. Berlin.*
 - Deutscher Museumsbund, ICOM Deutschland (Deutsches Nationalkomitee des Internationalen Museumsrates) & Konferenz der Museumsberatungsstellen in den Ländern (KMBL) (Hrsg.) (2023): Leitfaden. Standards für Museen. Berlin.*
 - Falk, John H. & Dierking, Lynn D. (2013): The museum experience revisited. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
 - Hooper-Greenhill, Eileen (2004): Measuring Learning Outcomes in Museums, Archives and Libraries: The Learning Impact Research Project (LIRP). *International Journal of Heritage Studies*, 10:2, 151–174.
 - ICOM Deutschland: Klarheit geschaffen: Offizielle deutsche Übersetzung der neuen Definition für Museen veröffentlicht (10. Juli 2023): <https://icom-deutschland.de/de/component/content/article/635-offizielle-deutsche-uebersetzung-der-neuen-definition-fuer-museen.html?catid=31&Itemid=114>.
 - Mandel, Birgit (2013): Das Kulturpublikum – Erkenntnisse der Kulturnutzerforschung. In: Birgit Mandel (Hrsg.): *Interkulturelles Audience Development* (S. 19–43). Bielefeld: Transcript.
 - Nettke, Tobias (2016a): Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen. In: Beatrix Commandeur, Hannelore Kunz-Ott & Karin Schad (Hrsg.): *Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen* (S. 31–42). München: Kopaed.
 - Nettke, Tobias (2016b): Personale Vermittlung in Museen – Merkmale, Ansätze, Formate und Methoden. In: Beatrix Commandeur, Hannelore Kunz-Ott & Karin Schad (Hrsg.): *Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen* (S. 173–183). München: Kopaed.
- * Download der Leitfäden des DMB verfügbar unter: www.museumsbund.de/publikationen-suche/?fwp_publication_art=leitfaden (Aufruf zuletzt am 17.09.2023).

Lernort Museum

Die Bedeutung der Zusammenarbeit von Museum und Schule

Die Museen sind für die Thüringer Schulen als außerschulische Lernorte schon seit vielen Jahren ein fester Partner in der Bildungsarbeit. Kulturelle Bildung gehört für ein zeitgemäßes Museum wiederum zu den Kern- und Querschnittsaufgaben. In der Praxis gibt es gute Beispiele für Konzepte und Formate. Wissen über die strukturelle Arbeit und Verständnis für die jeweilige andere Institution ist eine Grundvoraussetzung für eine gelingende Zusammenarbeit. Nur so kann das Museum als Kultur- und

Lernort in der schulischen Bildungsarbeit verankert werden.

Verständnis von Museum und Schule

Museen und Schulen haben als Institution eine unterschiedliche Entstehungsgeschichte und spezifische Vorstellungen von Bildung und Vermittlung. Im Mittelpunkt eines Museums steht das Werk beziehungsweise das originale Objekt, das in einer meist kostenpflichtigen Ausstellung präsentiert wird. Das Lernen der Besucherinnen und Besucher erfolgt eher zwanglos während eines individuellen Rundganges oder durch gezielte Führungs- oder Workshop-Angebote.

Anders verhält es sich mit der Institution Schule. Ziel ist es, den Schülerinnen und Schülern eine breite Allgemeinbildung durch ein Curriculum zu vermitteln. Die Schule ist vielfältigen Veränderungen ausgesetzt, diese reichen von Ressourcenknappheit in Zeit, Raum und Personal; Integration, Inklusion sowie ein wachsendes Krisenmanagement sind weitere Herausforderungen, denen sich alle Akteure der Schule widmen. Insbesondere Pädagoginnen und Pädagogen, die in der kulturellen Bildung noch wenig geschult sind, sehen die Zusammenarbeit mit einem außerschulischen Partner oft als zusätzliche Aufgabe. „Raus aus der Schule – rein ins Museum“ ist für viele Schulen selbstverständlich, bedeutet aber für gerade im ländlichen Raum gelegene Einrichtungen einen riesigen Kraftakt. Grundlage, das Museum als Unterstützer zu sehen, ist der Aufbau



Die Gemeinschaftsschule „Menteroda“ in der Villa Kneif im Park Hohenrode. (Foto: Kulturagent*innen Thüringen)

einer kleinschrittigen Beziehungsarbeit, die zu einer langfristigen individuellen Kooperation ausgebaut werden kann.

Den Wissenserwerb außerhalb der Schule dem Lernen im Unterricht gleichzusetzen und somit das Museum als authentischen Lern- und Bildungsort zu akzeptieren, fördert die Zusammenarbeit beider Institutionen. Lerneinheiten, zum Beispiel in einem technischen beziehungsweise historischen Industriedenkmal, werden museumspädagogisch erlebbarer und nachhaltiger vermittelt als im Klassenraum. Wird der Besuch in einem Museum von beiden Seiten gut vorbereitet, wird dieser sicher nicht nur ein Programmpunkt auf einem Wandertag sein. Eine innovative Kultur- und Bildungslandschaft funktioniert einerseits durch aktive Netzwerke und andererseits durch die Verankerung im kulturellen Schulprofil.

Impulse für die Angebotsgestaltung der Museen

Eine Schule besucht ein Museum regelmäßiger, wenn die Schülerinnen und Schüler dort eine spannende Zeit erleben und die Lehrkräfte Unterstützung im Bildungsauftrag erfahren. Um den Besuch in den Unterrichtsalltag einzuplanen, muss die Lehrkraft auf einen Blick das museumspädagogische Angebot einordnen können. Ein Museumsbesuch lohnt sich aus Sicht der Lehrerinnen und Lehrer, um einen thematischen Einstieg in ein Unterrichtsthema zu finden, bestimmte Inhalte oder auch das bereits Gelernte zu festigen. Die Museumspädagoginnen und -pädagogen können sich wiederum über das Thüringer Schulportal unter www.schulportal-thueringen.de/lehrplaene über die aktuellen Lehrpläne informieren. Hier können Rückschlüsse gezogen werden,



Die Grundschule „Am Rosenhügel“ im Museum642 – Pößnecker Stadtgeschichte. (Foto: Kulturagent*innen Thüringen)

in welchem Unterrichtsfach und in welcher Klassenstufe es Anknüpfungspunkte zu den Themen in den Museen gibt.

Zielgruppenorientierte und niederschwellige Formate erleichtern den Zugang zum authentischen Lernort. Darüber hinaus erhöhen sinnliche und spielerische Ansätze in der Vermittlungsarbeit die Aufmerksamkeit der jungen Zielgruppe. Zu empfehlen ist eine gute Mischung aus Theorie und praktischen Erlebnissen. Gute Brückenbauer sind Bezugspunkte zum Alltag der Schülerinnen und Schüler oder der Einbau von Spannungskurven in das Programm. Daher sollte auch die Pausengestaltung mit den Lehrkräften vorab abgestimmt werden. Je nach Konzentrationsfähigkeiten sollten genügend Pausen eingeplant, aber nicht erzwungen werden, um den Kreativprozess nicht auszubremsen. Lernintervalle sollten daher bewusst

gestaltet und Freiräume erlaubt werden, denn ein Museum ist nicht gleich Schule, kann aber ein fruchtbarer Lernort sein.

Die letzten Jahre haben insbesondere digitale Angebote wachsen lassen. Erfahrungen aus dem Distanzunterricht haben gezeigt, dass digitales Lernen sehr individuell sein kann. Museen haben gute mediale Formate mit großer Ideenvielfalt entwickelt, wie zum Beispiel 360 Grad-Rundgänge durch die Häuser oder virtuelle Spaziergänge durch die Ausstellung bis hin zu Online-Werkstätten und Podcasts. Der Mehrwert der kulturellen Vermittlung ist dann erkennbar, wenn zum Beispiel die Methodenvielfalt und der attraktive Zugang zum Lernobjekt für die Lehrkräfte ersichtlich sind. Potenziale in der Zusammenarbeit entstehen mit einer Projektentwicklung

auf Augenhöhe und in einem gemeinsam angestrebten Lernprozess.

Kommunikation der Angebote

Museen werben um verschiedene Besuchergruppen, die unterschiedliche Bedürfnisse haben, darunter auch um Schülerinnen und Schüler. Bei der Bewerbung der museumspädagogischen Angebote sollten Lehrkräfte auf einen Blick erkennen können, wo der Mehrwert am Museumsbesuch oder der Teilnahme an dem Workshop liegt. Durch eine zielgerichtete Ansprache, zum Beispiel „Für Geschichtslehrerinnen und -lehrer“, könnte vermieden werden, dass die Pädagogenbriefe, lokalen Newsletter oder Flyer nicht gleich im Papierkorb landen oder vom Sekretariat aussortiert werden. Von Vorteil ist es auch, die Informationen zu neuen musealen Ausstellungen oder pädagogischen Angeboten direkt an die Fachlehrerkräfte zu adressieren – analog oder digital. Das Credo lautet: persönliche Kontakte aufbauen.

Zusammenarbeit stärken

Besonders durch gemeinsame Formate wie Fortbildungen, Kennenlernrunden und Stammtische wird eine kontinuierliche Zusammenarbeit entwickelt. Die Museumsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter können dabei die Bandbreite der Angebote ihres Hauses aufzeigen: Für welche Klassenstufe sind welche Angebote geeignet? Welche Lerneinheiten werden abgedeckt? Wie gestaltet sich der Programmablauf, einschließlich der An- und Abreise?

Fortbildungen für Lehrkräfte, beispielsweise zum fachlichen Schwerpunkt des Museums, kön-



Fachtag „Bildung und Kultur“ zum Thema „Kunst und Literatur im Dialog“ im Lindenau-Museum Altenburg. (Foto: Sybill Hecht)

nen von den Fachreferentinnen und -referenten vom Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM) akkreditiert werden – ein weiterer Anreiz für die Lehrkräfte, sich mit den musealen Angeboten auseinanderzusetzen.

Die musealen Räume könnten den Lehrkräften als Veranstaltungsort für pädagogische Tage oder schulinterne Qualifizierungen angeboten werden. Dadurch lernen sich beide Parteien besser kennen und können ihre gegenseitige Kooperation weiter ausbauen. Eine Öffnung des Hauses als dritter Ort generiert Räume für kulturelle Bildung.

Das Thüringer Schulportal

Eine weitere Möglichkeit, wie Museen auf ihre museumspädagogischen Angebote aufmerksam ma-

chen können, ist die Eintragung als außerschulischer Lernort im Thüringer Schulportal. Das ThILLM bietet eine landesweite und kostenfreie Präsentation der Angebote sowie einfache Verlinkungs- und Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Lernortangeboten in Thüringen und darüber hinaus an. Die Fachreferentinnen und -referenten des ThILLM können die Museumspädagoginnen und -pädagogen bei der Erarbeitung von Materialien und Medien unterstützen und Veranstaltungen als Lehrerfortbildung akkreditieren.

Die Lehrkräfte finden über die „Visitenkarte“ ihre Ansprechpersonen, passgenaue Unterrichtsformate und Schlagwörter für das geplante Lernarrangement. Neben der Landkarte bietet die Mediothek des Thüringer Schulportals die Möglichkeit, Lernpakete als Unterrichtsmaterialien für eine optimale Vor- oder Nachbereitung des Vor-Ort-Besuches zu nutzen.



Landkarte zu den außerschulischen Lernorten im Thüringer Schulportal. (Screenshot vom 19.09.2023, GoogleMaps 2023 GeoBasis-DE/BKG (©2009),Google)



Die Otto-Dix-Schule – Staatliche Regelschule im Otto-Dix-Haus Gera bei dem Projekt „Hör mal im Museum“ 2020. (Foto: Kulturagent*innen Thüringen)



Das Zabel-Gymnasium im Museum für angewandte Kunst in Gera. (Foto: Kulturagent*innen Thüringen)

Museen können sich als Lernort auf dem Thüringer Schulportal registrieren lassen und Lernpakete mit Blick auf den Fächerkanon der Schule in der Mediothek hochladen. Diese reichen von Arbeitsblättern, Filmen, Podcasts bis hin zu Spielanleitungen und vielem mehr. Für die Inhalte sind die Museen verantwortlich. Die Angebote sollten daher regelmäßig auf ihre Aktualität geprüft werden. Viele dieser Einträge sind über zehn Jahre alt. Hier gilt es, das Portal wieder verstärkt in das Bewusstsein zu rücken, denn für die Lehrkräfte ist es derzeit die einzige zur Verfügung stehende thüringenweite Plattform. Für beide Seiten lohnt sich daher der Blick in das Schulportal auf www.schulportal-thueringen.de/lernorte/lernorteimschulportal.

In Nordthüringen wurde eine kulturelle Bildungslandkarte, die KuBi-Map, abrufbar unter www.karte.kubi-map.de/list, als Plattform analog zu den Eintragungen als außerschulische Lernorte im Thüringer Schulportal entwickelt. Hier erfolgt die Suche gezielt nach Einrichtungen, Sparten und konkreten Angeboten.

Weitere Beratungs- und Unterstützungsmöglichkeiten

Beratung und Begleitung bei den ersten Schritten einer Kooperation zwischen Schule und Museum können die sogenannten Kulturagentinnen und -agenten leisten. Das seit 2011 gleichnamige Programm hat Menschen im Schnittstellenmanagement zwischen Schule und Kultur ausgebildet. Sie kennen die Thüringer Museumslandschaft, finden Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner, unterstützen bei der Moderation, entwickeln gemeinsame Projektideen, stellen Planungshilfen

zur Verfügung und beraten in der Antragstellung für das sogenannte Kunstgeld. Weitere Informationen sind abrufbar unter www.lkj-thueringen.de/projekte/kulturagent-innen.

Lehrkräfte müssen die Relation von Aufwand und Nutzen bei einem Museumsbesuch immer wieder abschätzen. Das reicht von der Einholung von Genehmigungen, Elterninformationen, Vertretungsregelungen bis hin zur Organisation der An- und Abreise. Das Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport unterstützt die Schulen finanziell sowohl bei den Fahrtkosten zu außerschulischen Lernorten als auch bei den Kosten für die Nutzung von pädagogischen Angeboten. Jedoch bedarf die dafür zugrunde liegende Liste ausgewählter Kultureinrichtungen einer Überarbeitung und Ergänzung. Weitere Informationen sind abrufbar unter <https://bildung.thueringen.de/schule/thema/fahrten-gedenkorte>.

Kooperationsvereinbarungen als Instrument der Verbindlichkeit

Die Kooperationsvereinbarungen helfen in der Praxis dabei, sowohl inhaltliche als auch organisatorische Bedingungen der Zusammenarbeit zwischen Schule und Museum zu definieren und mehr Verbindlichkeit zu schaffen. Je nach Bedarf kann die Vereinbarung einem Vertrag ähneln und rechtliche Vorgaben abbilden oder aber flexibel und offen formuliert werden.

Festgehalten werden sollten in beiden Fällen, Informationen zum Gesamtkonzept wie Projektinhalte, Zuständigkeiten und die Kommunikationswege, die Finanzierung und Versicherung, Transport, Aufsichtspflicht und die Öffentlichkeits- und



Fachtag „Kulturelle Bildung in Thüringen“ zum Thema „Wie lassen sich Schule und Kulturelle Bildung durch digitale Vermittlung vernetzen?“ im Festsaal des Goethe-Nationalmuseums Weimar. (Foto: Curt Wehrmann, Klassik Stiftung Weimar)

Pressearbeit. Vorlagen stellen unter anderem die Bundes- und auch die Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung für Museen und Schulen zur Verfügung, wie zum Beispiel unter www.lkj-thueringen.de/projekte/kulturagent-innen/arbeitshilfen-1 und www.bkj.de/digital/wissensbasis/beitrag/kooperationen-fuer-kulturelle-bildung.

Fazit

Museen können aus ihrer Arbeit heraus allen Akteuren der Schule informative, kreative und spannende Programme anbieten. Die Schule nimmt den Bildungsort Museum als authentischen Lernort wahr.

Museen besitzen zudem Ressourcen, um die Lehrkräfte beispielsweise mit Fachexpertise, Personal oder Räumlichkeiten zu unterstützen. Hier können die Kooperationsmöglichkeiten zwischen beiden Institutionen ausgebaut und verstetigt werden.

„Voneinander Lernen“ bedeutet auch, von den Erfahrungen der Partner zu profitieren. Schulen können sich untereinander über ihre Begegnungen in den musealen Orten austauschen, Museen untereinander. Auf Fachtagen, Exkursionen oder Ähnlichem kommen wiederum alle Akteure der kulturellen Bildung zum Austausch zusammen.

Die Museumslandschaft in Thüringen ist vielfältig, daher sollten die Netzwerke aktiviert und nachhaltig genutzt werden.

Sybill Hecht, Stefanie Keil

Weiterführende Literatur und Links:

- Deutscher Museumsbund: schule@museum. Eine Handreichung für die Zusammenarbeit, Berlin 2011.
- Deutscher Museumsbund/Bundesverband Museumspädagogik: Leitfaden. Bildung und Vermittlung im Museum gestalten, Berlin 2020.
- Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (Hrsg.): Thüringer Schulportal, verfügbar unter www.schulportal-thueringen.de/lernorte/lernorteimschulportal (31.08.2023).
- KulturScouts OWL und Bergisches Land: Ergebnis Magazin. Impulse für eine schülerorientierte Angebotsgestaltung in den Kulturorten (2019), verfügbar unter www.kulturscouts-owl.de/projekt/downloads.html (31.07.2023).

Raus aus Weimar, rein nach Thüringen!

Vermittlung musealer Themen an und mit Schulen in ländlichen Räumen



Wie lassen sich museale Sammlungsthemen mit der Lebenswelt von Jugendlichen in ländlichen Räumen verbinden? Mit dieser Frage hat sich das „Kultur:Labor Thüringen“ der Klassik Stiftung Weimar von 2021 bis 2022 ganz praktisch beschäftigt. Die Stiftung führte das Projekt im Rahmenprogramm „Kreativpotentiale“, gefördert von der Stiftung Mercator, zusammen mit der Thüringer Staatskanzlei und dem Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport durch.

Zusammen mit vier Schulen auf dem Thüringer Land wurden modellhafte Pilotprojekte kultureller Bildung konzipiert und vor Ort durchgeführt, stets unter der Einbeziehung regionaler Partner*innen. Ziel war die Verknüpfung der Inhalte der Stiftung mit den Interessen und Bedarfen der Schüler*innen sowie mit lokal relevanten Themen. Aus dieser Dreigliedrigkeit wurden individuelle Vermittlungsprojekte entwickelt, deren prozessbegleitende Evaluation Erkenntnisse über aufsuchende Kulturarbeit generierte, die wiederum in die Strategieprozesse der Stiftung einfließen.

Gemäß dem Motto „Raus aus Weimar, rein nach Thüringen“ ging die Klassik Stiftung Weimar mit dem Kultur:Labor neue Wege, sowohl inhaltlich als auch geografisch. Im Landkreis Gotha, im Unstrut-Hainich-Kreis, im Saale-Holzland-Kreis und im Landkreis Schmalkalden-Meiningen hat das zweiköpfige Referentinnen-Team mithilfe der einzelnen Schulämter jeweils eine Schule als Partnerin gewinnen können. Es beteiligten sich die Staatliche Gemeinschaftsschule Tonna, die Thüringer Gemeinschaftsschule Rodeberg, die Staatl. Regelschule Eisenberg „Karl Christian Friedrich Krause“ und

das Staatliche Thüringische Rhön-Gymnasium in Kaltensundheim.

Daraus entwickelten sich zum Teil feste Kooperationen, die das Projekt überdauerten, sodass Schule und Stiftung bis heute von einer regelmäßigen Zusammenarbeit profitieren.

Das Kultur:Labor Thüringen

Was wäre, wenn Jugendliche nicht zum Museum kommen, sondern das Museum zu ihnen in die Schule? Wenn sich die Institution thematisch und methodisch auf die regionale Lebenswelt ihrer (Nicht-)Besucher*innen im ländlichen Raum einlässt? Von diesen Fragen angetrieben, entwickelten Schule und Projektteam die Kultur:Labor-Pilotprojekte.

Eine Vor-Ort- und Internet-Recherche mit anschließendem Ideenworkshop in den jeweiligen Schulen ermöglichten die thematischen Schwerpunktsetzungen, wodurch eine inhaltliche Verbindung zwischen Klassik Stiftung Weimar und dem jeweiligen Ort hergestellt werden konnte. Zudem formulierten die Schüler*innen methodische Wünsche. So entstanden für jede der vier Schulen zwei bis drei individuelle Modellprojekte, die in verschiedenen Zeitschienen und mit unterschiedlichen Klassen durchgeführt wurden. Diese reichten von Ein-Tages-Angeboten über Projektwochen bis hin zu schuljahresbegleitenden regelmäßigen Bausteinen. Krönender Abschluss war jeweils ein Sommerfest, um die Ergebnisse öffentlichkeitswirksam zu präsentieren und auch die Anwohner*innen an der

Arbeit mit den regionalen Themen teilhaben zu lassen. Wichtig war darüber hinaus an allen Standorten die Zusammenarbeit mit lokalen Partner*innen wie mit Vereinen und Verbänden, ortsansässigen Künstler*innen, mit Ortsteilbürgermeister*innen, Mitarbeiter*innen der Dorfmuseen oder der Freiwilligen Feuerwehr.

Das zweijährige Pilotprojekt wurde umfassend evaluiert mit dem Ziel, übertragbare Erkenntnisse über Outreach und bedürfnisorientierte, ortsspezifische Vermittlung in ländlichen Räumen zu gewinnen und Chancen, Barrieren und Erfahrungen in die Strategieprozesse und die zukünftige Bildungsarbeit der Klassik Stiftung Weimar einfließen zu lassen. Neben dem Evaluationsbericht ist eine praxisorientierte Handreichung für Lehrkräfte und Vermittler*innen entstanden, die Hilfestellungen und Tipps für die

Planung und Durchführung eigener Bildungsprojekte in den ländlichen Räumen geben möchte und von den spezifischen Erkenntnissen des Modellprojektes berichtet. Beides ist zum Download verfügbar unter www.klassik-stiftung.de/kulturlabor.

In den folgenden Abschnitten wird die Herangehensweise der Kultur:Labor-Projektkonzeption am Beispiel von Gräfentonna vorgestellt. Anschließend werden Gelingensbedingungen und Hürden in der Zusammenarbeit mit Schulen und regionalen Partner*innen beschrieben und zum Abschluss der Ist-Zustand dargestellt.

Ideenfindung für ein ortsbezogenes Schulprojekt am Beispiel Gräfentonna

Wie kann so ein Vorhaben aktiv in die Tat umgesetzt werden? Wie kommt ein Museum in Kontakt mit lokalen Themen außerhalb des eigenen „Dunstkreises“ und mit den Bedürfnissen der Menschen vor Ort? Das Projektteam hat einen mehrstufigen Ideenfindungsansatz verfolgt, um regionale Themen, Bedarfe von Schule bzw. Schüler*innen und die Sammlungsthemen der Klassik Stiftung Weimar miteinander zu individuellen Projekten zu verbinden.

Nachdem die Partnerschulen feststanden, begann die Recherche- und Erkundungstour im analogen genauso wie im digitalen Raum. Es wurden Lokalzeitungsartikel und Social-Media-Beiträge gelesen, der jeweilige Ort und dessen Umgebung besichtigt und Gespräche mit den Anwohner*innen geführt. Ob besondere landschaftliche Gegebenheiten vor der Haustür wie das Biosphärenreservat Rhön oder das von einer ehemals blühenden Industriekultur geprägte Stadtbild, für jeden der vier Standorte fanden sich schnell spannende regionale Geschich-



Erkundung des frei begehbaren Teils der Burg in Gräfentonna als Projektauftritt mit den Schüler*innen, begleitet von einem Denkmalpfleger, Vertretern des Fördervereins und dem Ortsteilbürgermeister. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)

ten mit Anknüpfungspotenzial. In Gräfontonna, einem Ortsteil von Tonna, wurde ein leerstehendes Gebäude zum Projektmittelpunkt. Im Ortskern steht unübersehbar die langsam verfallende historische Residenz der Grafen von Gleichen, zur NS- und DDR-Zeit als Justizvollzugsanstalt genutzt und deshalb von den Einwohner*innen bis heute „Kettenburg“ genannt. Seit der deutschen Wiedervereinigung steht das Schloss leer – zum Ärger der Anwohner*innen, die Tag für Tag an dem Gebäude vorbeikommen und den Verfall beobachten (müssen). Etwas bedrohlich thront die Kettenburg mitten im Dorf, die so viele ambivalente Geschichten birgt und trotz Leerstand auch heute noch Unfrieden stiftet. Seit ein paar Jahren befindet sie sich in Privatbesitz. Die Eigentümerin in den USA unterbindet den Kontakt sowie die Betretung des vernachlässigten Gebäudes. Ein Thema, das die Menschen in Gräfontonna bewegt. Daher hat sich ein Förderverein gegründet.

Im zweiten Schritt führte das Projektteam, bestehend aus zwei Projektreferentinnen, Ideenworkshops mit den Lehrkräften und zum Teil auch Schüler*innen durch. Um Ideen für gelingende Bildungsprojekte zu sammeln, musste sich erst einmal grundlegend auf ein gemeinsames Verständnis von kultureller Bildung geeinigt werden. In der Zusammenarbeit mit den Kultur:Labor-Schulen wurde deutlich, wie wenig einheitlich die Definition von und das Bedürfnis nach kreativen Projekten sind. Einige Schulen hatten ästhetische Bildung bereits fest in ihrem Unterrichtsalltag etabliert, für andere war die Begrifflichkeit im Kontext Schule fremd. Es empfiehlt sich deshalb, die Definition und Intention der Zusammenarbeit an den Bedarfen der Schule sowie dem individuellen Interesse und Vorwissen von Schüler*innen und Lehrkräften auszurichten und transparent zu machen. Die Erkenntnisse des Kultur:Labors betonen, wie wichtig eine metho-



Gruppenarbeit im Klassenraum der 8. Klasse der Staatlichen Gemeinschaftsschule Tonna. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)

disch und organisatorisch flexible Herangehensweise bei der Zusammenarbeit ist. „Jede Schule ist ein eigenes Universum“, formulierte es eine Projektpartnerin passend und unterstrich damit, dass es für eine Kulturinstitution in der Kooperation mit Schulen essenziell ist, sich auf deren Unterrichtsgestaltung, Zeiten, Kommunikationsweisen und Strukturen einzulassen und die Zusammenarbeit dahingehend immer wieder neu auszutarieren. Das kann nur gelingen, wenn das Lehrerkollegium das Konzept als gewinnbringend wahrnimmt. Die Schulgemeinschaft wird im Idealfall nachhaltig für kulturelle Bildung begeistert. Das Projektteam erlebte eine große Offenheit aller Schulleitungen gegenüber der Zusammenarbeit. Natürlich muss die Tatsache bedacht werden, dass die Schulen



Die Schüler*innen arbeiten an den Lichtspielen im alten Gewölbekeller gegenüber der Kettenburg. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)



Die Schüler*innen arbeiten an den Stop Motion Videos zur Kettenburg. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)

weder personelle noch finanzielle Ressourcen aufbringen mussten, was ein nicht zu unterschätzender Pluspunkt war.

Wurde die Vision geteilt, konnte die inhaltliche Schwerpunktsetzung erfolgen. In Gräfentonna kam die Sprache schnell auf die Kettenburg und ein fächerübergreifendes Arbeiten der 8. Klassen. Die Achtklässler*innen wünschten sich ein kreatives Gestalten mit den digitalen Medien. Im letzten Schritt wurde aus dem lokalen Thema und methodischem Bedarf, gepaart mit der Expertise der Klassik Stiftung Weimar, nämlich Residenzkultur, ein spannendes Projekt für die Jugendlichen gestrickt. In enger Absprache mit den Lehrkräften wurde eine Konzeptskizze für eine gemeinsame Projektwoche entworfen, inklusive Vor- und Nachbereitungstagen sowie einem Dorffest als krönendem Abschluss. Mit diesem Entwurf wurde konkret auf regionale Partner*innen zugegangen. So konnten der Förderverein Schloss Tonna, der Ortsteilbürgermeister, ein Denkmalpfleger und Künstler*innen mit verschiedenen medialen Expertisen für die Mitarbeit begeistert werden. Es entstanden drei medienpädagogische Teilprojekte, in die die Schüler*innen sich interessegeleitet einwählen konnten: Stop-Motion-Video, Lichtspiele und Audiowalk.

Die Kettenburg beschäftigte und interessierte die Anwohner*innen. Zum Projektabschluss wurde mithilfe der Freiwilligen Feuerwehr ein Dorffest organisiert, zu dem ganz Tonna eingeladen wurde – und teilnahm. Mit viel Engagement präsentierten die Schüler*innen auf dem „Ersten Gräfentonnaer Burgfest“ ihre kreativen Produkte und Rechercheergebnisse, und die halbe Schule war auf den Beinen, um am Theaterstück über den Graf von Gleichen, einen der ersten Burgbewohner, mitzuwirken. Anwohner*innen freuten sich,

ihre Geschichten über die Kettenburg zu teilen. So schaffte es das Schulprojekt, dass das ganze Dorf miteinander in den Dialog trat.

Gelingsbedingungen und Hürden

Aus den Erfahrungen des Kultur:Labors am Beispiel Tonna lässt sich ableiten, dass Regionalität ein entscheidender Faktor für die gelingende Zusammenarbeit mit lokalen Partner*innen für „Community Engagement“ ist. Der enge Bezug zur Lebenswelt erzeugt Interesse bei der lokalen Bevölkerung, der Community, und symbolisiert, dass das Museum beziehungsweise die jeweilige Kulturinstitution regionale Besonderheiten beachtet und sich öffnet. Außerdem sind Wege in ländlichen Räumen sprichwörtlich kurz, was das Zusammenbringen von Schule und lokaler Community unkomplizierter gestaltet. Ein Schlüssel war weiterhin die persönliche Präsenz des Projektteams vor Ort, die Treffen in der Schule und im Dorf, die gemeinsamen Gespräche und Begehungen. Die Beteiligten vor Ort bewerteten es im Nachhinein positiv, dass das Team der Klassik Stiftung Weimar regelmäßig anwesend war, wie die Evaluation belegte. Das Vor-Ort-Sein muss natürlich personell und zeitlich von Anfang an fest miteingeplant sein, damit die Mobilität der Mitarbeitenden sichergestellt wird.

Als zweite Voraussetzung für die gelingende Zusammenarbeit wurde das Einlassen auf die individuellen Bedürfnisse aller Beteiligten identifiziert. Vor allem ländliche Schulen kämpfen oft gegen Personal- und Zeitmangel und müssen enge Lehrpläne im Blick behalten. Regionale Künstler*innen oder Vereine hadern zum Teil selbst mit mangelhafter Infrastruktur und Ressourcen. Schüler*innen wünschen sich häufig kreative, auch digitale Angebote,

die die gewohnte Unterrichtspraxis ergänzen. In der Befragung gaben 84% der Schüler*innen an, dass sie gern häufiger mit digitalen Medien in der Schule arbeiten würden. Diese Faktoren, um nur ein paar zu nennen, können Hürden für die interdisziplinäre Zusammenarbeit in der kulturellen Bildung darstellen.



Das Burgfest in Gräfen-tonna im Juni 2022. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)

Ist es dem Museum möglich, sich auf die Zeitschiene und Ressourcen der Schule einzulassen, sind innovative Projekte in oder mit der Schule jedoch vielversprechend.

Die Zusammenarbeit funktionierte zudem am besten, wenn das Projektteam die Rolle der Koordinator*innen übernahm und die Erwartungen und Rahmenbedingungen aller Beteiligten moderierte und den gesamten Prozess im Blick behielt. Hierzu gehörte es zum Beispiel auch, gemeinsam mit der Schulleitung die Eltern über das geplante Projekt zu informieren. Es ist durchaus relevant, auch die Erziehungsberechtigten der teilnehmenden Jugendlichen frühzeitig in die Planungen einzubeziehen.

Ortsspezifische Vermittlung: Impulse aus dem Kultur:Labor

Um aus dem verhältnismäßig kurzen Projekt möglichst viele Impulse für die weitere Bildungsarbeit der Klassik Stiftung Weimar ziehen zu können, wurde das Kultur:Labor von Oktober 2021 bis Juli 2022 von einer externen Evaluationsagentur begleitet. Es wurden über einhundert Schüler*innen befragt, Fokusgruppen mit Lehrkräften realisiert und qualitative Interviews mit Vertreter*innen der Schulen, der lokalen Communities und der Klassik Stiftung geführt. Ziel der Evaluation war es, neben der Formulierung von Gelingensbedingungen für die Arbeit außerhalb der eigenen Räume (Outreach) auch die Effekte auf die eigene Institution (Inreach) zu erforschen.

Das Einlassen auf Themen und Bedürfnisse vor Ort birgt die Chance, die eigene Zugänglichkeit zu reflektieren, mit Gruppen außerhalb der eigenen Besucherschaft ins Gespräch zu kommen und den eigenen Blick zu erweitern. Es dient als Realitätscheck

der eigenen Arbeit und dazu, nahbar und relevant zu sein. Im Idealfall verbessert es sogar das eigene Image: Die Evaluationsergebnisse belegen eine deutliche Verbesserung der Bewertung und Wahrnehmung der Klassik Stiftung Weimar in den jeweiligen Schulstandorten nach den durchgeführten Projekten. Die Befragten beurteilten es positiv, dass eine große Stiftung „mal raus aus Weimar“ geht. Die Fokusgruppen mit Schulvertreter*innen und regionalen Partner*innen belegen, dass die inhaltliche Ausrichtung von kulturellen Bildungsprojekten an regionalen Lebenswelten großes Potenzial für eine starke Motivation und eine intensive Beteiligung an künstlerischer und kultureller Arbeit ländlicher Zielgruppen bietet. Zwei Drittel der befragten Schüler*innen gaben nach dem Projekt an, interessiert daran zu sein, noch mehr über ihre Heimat zu erfahren, und fast ebenso viele fanden zudem, dass Kunst und Kultur in ihrem Stundenplan zu kurz kommen.

Neben der Selbstreflexion und der veränderten Wahrnehmung von außen ist der große Mehrwert solcher Projekte natürlich auch der Kontakt mit Nichtbesucher*innen und das Kennenlernen ihrer Bedürfnisse, Interessen und Lebenswelten. So können und sollen nun vermehrt regionale Perspektiven in die konzeptionelle Arbeit der Klassik Stiftung Weimar einfließen und genauso bestehende Konzepte immer wieder auf Zugänglichkeit und Relevanz überprüft und dabei die sonst weniger bekannten Zielgruppen beachtet werden. Es sind Kontakte zu Schulen und Partner*innen entstanden, die sich bis heute für die Klassik Stiftung Weimar als Test- und Fokusgruppen zur Verfügung stellen und so bei der kritischen Überprüfung neuer oder bestehender Angebote unterstützen.

Die Impulse aus dem Kultur:Labor wurden konkret im neuen Bildungskonzept der Klassik Stiftung

Weimar festgehalten, welches online abrufbar ist unter www.klassik-stiftung.de/bildung/ueber-unsere-bildungsarbeit. Hier wird betont, dass die Bildungsarbeit der Stiftung die Teilnehmenden dezidiert durch Phasen der Reflexion, Aneignung und Produktion zum eigenen Handeln und Denken anregen soll und gleichzeitig neue Formen von Zusammenarbeit, Zielgruppenorientierung und Teilhabe erprobt und dann auch etabliert werden sollen. Das Kultur:Labor lieferte hierfür eine wertvolle Vorlage, auf die nun aufgebaut werden soll, nämlich weg von der Rezeption hin zur Teilhabe.

Und was wurde aus der Kettenburg in Gräfentonna? Das Gebäude und seine ambivalente Geschichte sind kurzzeitig in das Zentrum der regionalen Aufmerksamkeit gerückt. Es wurde gesprochen, sich erinnert, nachgefragt, recherchiert und noch heute können Besucher*innen den von Schüler*innen erstellten Audiowalk rund um das Schloss Tonna durchführen. Der Hörspaziergang führt entlang der Burgmauer mit Stopps an markanten Sichtachsen, wo er die Zuhörer*innen in spannende Geschichten aus den so unterschiedlichen Phasen des Gebäudes



Audiowalk an der Kettenburg in Gräfentonna. (Foto: Susanne Kaiser, Klassik Stiftung Weimar)

mitnimmt. Eine Plakette mit QR-Code zum Audiowalk befindet sich am historischen Stadttor, direkt neben dem Rathaus gegenüber der Kettenburg.

Friederike Wehrmann



Von der Lehranstalt um 1848 zum *studio* im Lindenau-Museum 2023

Von der Kunstschule am Pohlhof zum Studio Bildende Kunst

Die Lindenausche „Anstalt für Jünglinge aus dem Altenburger Lande zum unentgeltlichen Unterricht im freien Handzeichnen, im architektonischen Zeichnen, im Modellieren und in der Baukunst“ war im Jahre 1848 nicht die einzige Mal- und Zeichenschule in Deutschland. Ihre Besonderheit erwuchs aus der Tatsache, dass ihr Begründer, der Staatsmann, Naturwissenschaftler und Kunstsammler Bernhard August von Lindenau (1879–1854) diese Einrichtung in sein Museum integriert hatte. Diese Besonderheit hat sie sich bis zum heutigen Tag bewahrt.

Die Entwicklung technischer Fähigkeiten und die Herausbildung des künstlerischen Geschmacks sollten miteinander einhergehen und jungen Menschen eine Grundlage bei ihrer Ausbildung sein, egal ob sie Maurer, Maler, Graveur, Baumeister oder Künstler werden wollten.

Lindenaus Lehranstalt wurde am 4. Januar 1848 eröffnet und erhielt ihren Platz unter dem Dach des 1846/47 erbauten Museumsgebäudes auf dem Altenburger Pohlhof, einem Rittergut am damaligen Stadtrand und Geburtsort des Museumsstifters. Der Leiter der Schule war gleichzeitig der Kustos des Museums. Künstler, Baumeister und Architekten unterrichteten die Jünglinge. Jährlich zu Ostern wurden Abgangszeugnisse ausgereicht und die besten Schülerarbeiten prämiert, besonders Begabte auch zum Studium geschickt. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde es auch für Erwachsene möglich, Unterricht an der Zeichenschule zu nehmen. Ein bemerkenswertes Ereignis ist in den Schulakten für das Jahr 1880

verzeichnet. Lina Schmidt wurde das erste weibliche Mitglied der Museumsschule. Wobei insgesamt nur drei junge Damen jemals in den Genuss kamen, Unterricht an der Museumsschule zu erhalten.

In den frühen zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts wurde der Schulbetrieb zunehmend von der inflationären Entwicklung in Deutschland beeinflusst. Die Akten des Herzoglich-Sächsischen Ministeriums, in der Abteilung Kultusangelegenheiten zu Altenburg, die die zur Lindenau-Zachschen Stiftung gehörende Lehranstalt betreffen, enden mit dem Jahr 1922. Im Jahr darauf wurde der Schulbetrieb eingestellt.

Bis es zur Neugründung der Kunstschule kam, waren nach 1945 mehrfach Anstrengungen zur Wiedereröffnung der Lindenauschen Zeichenschule unternommen worden. Einer der letzten Eleven der Kunstschule, Heinrich Burkhardt, damals Lithografenlehrling, später Maler und Grafiker und als Professor an der Hochschule für Bildende und Angewandte Kunst in Berlin-Weißensee tätig, unternahm nach dem Zweiten Weltkrieg als Erster Bemühungen, die Zeichenschule wiederzubeleben. In den 1960er-Jahren gab es erneut Bestrebungen, eine Zeichenschule mit hoher künstlerischer Qualität im Lindenau-Museum einzurichten. Ab 1970 nahm diese Idee Gestalt an. Das „Studio Bildende Kunst“ wurde im Oktober 1971 als besondere Abteilung des Lindenau-Museums eröffnet.

Ein fundiertes und qualitativvolles künstlerisches Angebot sollte durch die Einrichtung verschiedenster Werkstätten ermöglicht werden. Die Anleitung übernahmen Künstler, Kunstwissenschaftler und Kunsterzieher.

1990 wurde die Arbeit des Studios intern auf den Prüfstand gestellt: Ist das Kurssystem noch zeitgemäß? Werden mit den Angeboten noch all jene erreicht, die im Studio nicht nur einen Raum für kreative künstlerische Betätigung suchen, sondern auch einen, in dem Horizonte erweitert werden und kritisches Denken befördert wird? Die Linie wurde beibehalten, die Besucherzahlen blieben konstant. Vor allem in den 1990er-Jahren kamen viele junge Menschen, die solide künstlerische Grundlagen in einem eigens dafür gegründeten Kurs erwarben, um die Eignungsprüfung an einer Kunsthochschule zu bestehen.

Kinder, Jugendliche und Erwachsene treffen sich seit mehr als 50 Jahren in Kursen zu Malerei, Grafik, Keramik, Plastik und textilem Gestalten. Sie werden bis heute von Künstlerinnen und Künstlern mit großer Kompetenz angeleitet, die die Kreativität und Individualität der Teilnehmerinnen und Teilnehmer fördern. Die Integration einer Kunstschule in ein Museum ist auch 2023 noch außergewöhnlich. Bedeutende Sammlungen und Ausstellungen werden von den studioBesucherinnen und -besuchern erlebt, erkundet und theoretisch und praktisch reflektiert. Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Bereichen des Museums brachten und bringen sich immer wieder in diesen Prozess der Rezeption und des künstlerischen Gestaltens ein.

Die kontinuierliche Arbeit in den Kursen wird seit Jahren begleitet durch Projektarbeit, die sich an Kinder, Jugendliche und Erwachsene wendet, vor allem aber auch an Kindergärten, Schulen und Weiterbildungseinrichtungen der Region. Die an konkrete Themen geknüpften Projekte sollen spielerisches Lernen mit Experimentierlust verbinden, aber auch Weltoffenheit und Toleranz befördern.

Die Kunstschule wirkte und wirkt immer wieder in den öffentlichen Raum hinein. Mit Keramiken,

Emaillierarbeiten, Plastiken, Malereien, Collagen und Grafiken wurden Kindergärten, Schulen, der Botanische Garten der Stadt, Arztpraxen und Patientenzimmer im Klinikum ausgestattet. Neue Angebote für Familien, Workshops für verschiedene Zielgruppen und ein umfangreiches Ferienprogramm wurden im letzten Jahrzehnt etabliert. Zu Beginn des Jahres 2020, mit der vorübergehenden Schließung des Lindenau-Museums aufgrund der Sanierung und Erweiterung, zog auch das *studio*, nun offiziell mit neuer Schreibweise, im Interim „Kunstgasse 1“ in neue Räume mit großem Potenzial. Es stehen ein Keramikbereich, eine kleine Druckwerkstatt und ein lichtdurchflutetes Zeichenatelier zum Arbeiten zur Verfügung. Alle Angebote können in gleicher Quantität und Qualität im Zentrum der Stadt fortgeführt werden.

Das „*studio* im Lindenau-Museum“ und die Bundesförderung

Im Rahmen der Projektförderung Lindenau21^{PLUS} durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien werden die Vermittlungsarbeit des Museums und seine Kunstschule maßgeblich gefördert. In erster Linie wurden die künstlerischen Angebote des „*studio* im Lindenau-Museum“ erweitert und neben den bestehenden Werkstätten – dem Keramikstudio, dem Grafikstudio und dem Atelier im *studio* – drei neue *studio*Bereiche aufgebaut, eine Holzwerkstatt, eine Kinderkunstwerkstatt und ein Medienlabor.

2022 konnte eine große Holzwerkstatt, das *studio*LEONARDO, eingerichtet werden. Künstlerinnen und Künstler arbeiten mit Schulklassen im Rahmen des Unterrichtes, mit Neugierigen im openLEONAR-



Blick in das studioLEONARDO während der Altenburger Kindermuseumsnacht 2023. (Foto: Jens Paul Taubert)



Charly kritzelt begeistert mit Fensterkreide im studioBAMBINI. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)

DO und mit Kindern, Eltern und Großeltern an den offenen Familiensonnentagen. Im Rahmen einer Kooperation mit der offenen Kinder- und Jugendsozialarbeit kommen wöchentlich Kinder und Jugendliche von sieben bis sechzehn Jahren in die Werkstatt. Das studioLEONARDO hat sich längst als künstlerische Werkstatt und als Sozialraum etabliert.

Ein weiteres neues *studio* ist die Kinderkunstwerkstatt für Zwei- bis Fünfjährige mit ihren Eltern oder Großeltern. Im studioBAMBINI begleiten Künstlerinnen die Kinder im Alter von zwei bis fünf Jahren in einem eigenen Atelier. Kindergärten sind an den Vormittagen herzlich willkommen. Das Kennenlernen neuer Formen, das selbständige Anmischen der Farben fördert Fantasie, Selbstvertrauen, Konzentrationsvermögen und Feinmotorik. Ein großer Spielbereich mit beweglichen Spielmöbeln, Bausteinen, Büchern und einem Bad aus bunten Bällen lädt zum Entspannen ein. In diesen fröhlichen Räumen bereiten Malen und Zeichnen, Spielen und Toben den Kleinsten großes Vergnügen.

Im Januar 2023 folgte die Eröffnung des studioDIGITAL. Hier können Kinder, Jugendliche und Erwachsene in die Welt der Medien eintauchen, eigene digitale Kunstwerke erstellen und neue Perspektiven sowie künstlerische Ausdrucksformen entdecken.

Das studioDIGITAL – Eine Brücke zwischen Tradition und Moderne

Das studioDIGITAL ist ein Ort, an dem Kunst, Geschichte, Technik und kulturelle Bildung miteinander verschmelzen. Hier können Kinder und Jugendliche, aber auch Erwachsene auf interaktive und fesselnde Weise in die Welten der Kunst und der Medien eintauchen. In einer Zeit, in der digitale

Technologien unser tägliches Leben durchdringen, versuchen wir eine Verbindung zwischen analoger Kunst und moderner Technik zu schaffen. Dabei dient die Technologie nicht nur als Mittel zur Darstellung von Kunstwerken, sondern als Werkzeug zur kulturellen Bildung.

Es wird bunt, verrückt und manchmal auch laut!

Als Teil der Abteilung studio/Kunstvermittlung ist das studioDIGITAL in alle Kursformate integriert. Familien können im Rahmen der offenen Familienwerkstatt jeden zweiten Sonntag eine der Werk-



Kleine Staffeleien für kleine Leute mit großen Ambitionen im studioBAMBINI. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)



Die im Ferienkurs im studioDIGITAL gebauten Malroboter mussten sofort ihre Arbeit aufnehmen. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)

stätten kennenlernen. Im studioDIGITAL können sie zum Beispiel Malroboter bauen, die mit Stiften und Pinseln bestückt, faszinierende Bilder erstellen. Wer tiefer in die Technik einsteigen möchte, kann sich zu den Kursen anmelden. Aktuell ist es möglich, einen Podcastkurs und einen Trickfilmkurs sowie einen Kurs für digitales Zeichnen und Fotografie zu besuchen. Zukünftig sollen Kinder und Jugendliche den 3-D-Druck ausprobieren können. Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwerben technische Grundlagen und redaktionelle oder künstlerische Fähigkeiten. Sie können aufwändige Medienproduktionen erarbeiten und sich kreativ ausprobieren.

Wie klingt eigentlich eine Softeismaschine?

Spannende Angebote gibt es auch in den Ferien. So wurden bereits erste Podcasts und Hörstücke



Farbige Antike im Workshop „Digitales Zeichnen“ in der Klassenstufe 6 im studioDIGITAL. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)

im Tonstudio produziert. In der Podcastreihe „Von wegen leise“ entstehen immer neue Hörstücke und Soundcollagen, die auf der Soundcloud des Lindenau-Museums zu hören sind unter <https://soundcloud.com/lindenau-museum-altenburg>.

In einem der ersten Ferienkurse im studioDIGITAL entstand ein lustiges Geräusche-Quiz. Bestückt mit Mikrofon und Tablets ging eine Gruppe von Sieben- bis Neunjährigen der Frage nach: Wie klingt eigentlich der Sommer? Sie sammelten Geräusche, nahmen ihre Texte auf und schnitten diese am Computer zusammen. Manchmal waren die Geräusche gar nicht so einfach zu erraten. Wenn plötzlich ein lautes Brummen und Dröhnen ertönt, stellte sich die Frage: Was hat das mit dem Sommer zu tun? Ganz einfach: Es war die Softeismaschine einer nahegelegenen Eisdiele.

Lernen durch Selbermachen – Kunstvermittlung durch aktive Medienarbeit

Die Angebote stehen immer auch in Beziehung zu den Kunstsammlungen oder den Sonderausstellungen des Museums. Die Kinder und Jugendlichen setzen sich mit den Geschichten der Sammlungsobjekte auseinander und können das Gelernte im eigenen kreativen Schaffen umsetzen. So werden griechische Mythen in Trickfilmen lebendig, Bilder etruskischer Grabkammern dienen als Vorlagen für animierte GIFs und Frösche entstehen im 3-D-Drucker.

Wie aus dir eine „Heilige Katharina“ wird!

Porträts aus der Sammlung des Lindenau-Museums waren den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einer offenen Familienwerkstatt Anregung, sich selbst in Szene zu setzen. Sie haben sich fotografiert, diese Fotos digital bearbeitet und bemalt. Mit kleinen Druckern konnten die entstandenen Kunstwerke ausgedruckt und mit nach Hause genommen werden. Dabei beschäftigten sich die Gäste nicht nur mit den Gemälden, sondern auch mit den Themen Bildaufbau und Selbstdarstellung.

Wir bringen 3-D-Druck ins Spiel

Doch nicht nur die Ausstellungsobjekte des Lindenau-Museums inspirieren das Team bei der Arbeit. Die Präsentation „Alles aus einer Hand – 100 Jahre Spielkartenmuseum“ im Residenzschloss Altenburg, diente in den Sommerferien Kindern und Jugendlichen als Inspiration für ein eigenes Spiel. Eine erfahrene Spielpädagogin und ein 3-D-Druck-Techniker gestalteten mit Kindern und Jugendlichen Karten, Spielbretter und Spielfiguren. Mit Tablets, aber zum Teil auch ganz analog mit Papier und Stiften, entstanden die Entwürfe. Die Spielfiguren wurden mit einem Computerprogramm entwickelt und anschlie-

Bend im 3-D-Drucker gedruckt. Dass dabei nicht immer alles auf Anhieb klappt, wurde schnell klar. So brachen die feinen Barthaare einer kleinen Katze immer wieder ab, der Propeller auf der Mütze des Frosches knickte um und manch eine Figur wollte einfach nicht stehen bleiben. Am Ende waren alle Figuren gedruckt und drei originelle Spiele zum Ausprobieren fertig. Und die Katze? Die muss nun eben ohne Barthaare über das Spielbrett schleichen.

Interdisziplinäre Zusammenarbeit

oder was eine Pilzkuh in einem Film zu suchen hat
Das studioDIGITAL arbeitet besonders intensiv mit der Digitalisierungsabteilung des Museums zusammen. Hier werden Gemälde und Grafiken, aber auch dreidimensionale Objekte digitalisiert und online sichtbar gemacht. Diese Digitalisate können mit Tablets und speziellen Apps bemalt werden. Skulpturen werden coloriert und neue Kunstwerke entstehen. Dank zweier 3-D-Drucker können inzwischen auch erste Skulpturen und antike Vasen mit Filament gedruckt werden. Eine mehr als 2.000 Jahre alte etruskische Ölflasche in Form eines Hasen kann nun angefasst und ihre Funktionsweise ausprobiert werden. In einem weiteren Wochenendworkshop wurden Motive aus der Sammlung in einen Lampenschirm integriert und im 3-D-Drucker gedruckt, sodass die Bildmotive im Licht erscheinen.

Die Pilzkuh und der Vulkan

Das studioDIGITAL profitiert nicht nur von der Digitalisierung von Kunstwerken. Die Vielfalt der Werkstätten des *studios* bietet Potenzial. Immer werden Verbindungen zwischen der analogen und der digitalen Welt geschaffen. Jugendliche einer Förderschule gestalteten im studioLEONARDO lustige Figuren aus Holz. Sie sägten, schliffen und bemalten ihre Tiere. Es



Im Ferienkurs „wir bringen 3-D-Druck ins Spiel“ entwerfen die Kinder ihre eigenen Spielfiguren im studioDIGITAL. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)

entstanden Robben, Hunde und das Fantasiewesen namens Pilzkuh. Am zweiten Tag im studioDIGITAL dachten sich die Jugendlichen lustige Geschichten für ihre Tiere aus und setzten diese als Animation um. Am Ende des Workshops verjagt ein sprudelnder Vulkan die Pilzkuh und eine Robbe platzt in eine Strandparty. Es war wunderbar zu sehen, wie die Jugendlichen aufblühten, wie sie ihre Scheu verloren und wie stolz sie auf ihre Ergebnisse waren.

Das studioDIGITAL als Lernort für Schulen und Weiterbildungseinrichtungen

Neben den Kursangeboten ist das *studio* im Lindenau-Museum seit Jahren ein fester Anlaufpunkt für alle Schulformen. Schülerinnen und Schüler können ihre Lernreise auch außerhalb des Schulgebäudes fortsetzen. Die Schülerinnen und Schüler gestalten



Dreharbeiten für eine Gruselszene im Wald im Rahmen der Ferienfilmwoche „Und Action!“. (Foto: Lindenau-Museum Altenburg)

eigene Medienprojekte. Sie lernen, digitale Medien nicht nur zu konsumieren, sondern auch selbst kreativ zu werden. Neben diesen praktischen Kompetenzen werden zudem Fähigkeiten zur kritischen Analyse und Interpretation geschult. Die unmittelbare Begegnung mit den Kunstwerken und die Umsetzung in eigenes Arbeiten ermöglicht ein tieferes Verständnis und vor allen eine emotionale Verbindung zu den behandelten Themen. Manchmal geht es dann recht farbenfroh und verrückt zu.

Die Athena trägt Prada

Ganz kreativ waren Schülerinnen und Schüler einer 5. Klasse. In einem Workshop zur farbigen Antike hatten sie die Möglichkeit, eine der antiken Skulptu-

ren zu bemalen. Dafür wurden Fotos und 3-D-Objekte verwendet. Mit bunten Kleidern und verrückten Frisuren, Flipflops und Handtaschen wurden die weißen Gipsabgüsse neu in Szene gesetzt.

Wie kommt eigentlich Athena zur Welt?

Die Sammlung von Gipsabgüssen nach Skulpturen der Antike und der Renaissance bietet immer wieder spannende Ansatzpunkte für die Medienarbeit. Die Geschichten und Mythen rund um die antiken Götter konnten Realschüler einer 6. Klasse einmal ganz anders erleben. Die Schülerinnen und Schüler sollten sich die Figur der Athena genau anschauen und sich mit deren verschiedenen Geschichten auseinandersetzen. Zu diesem Zeitpunkt des Projektes schauten die Schülerinnen und Schüler noch etwas müde drein. Sie hatten wenig Lust, sich mit der Antike zu beschäftigen. Doch schnell war klar, die antiken Mythen sind spannend. Die ungewöhnliche Geburt der Athena wählten die meisten Jugendlichen aus, um sie als Trickfilm umzusetzen. Die Figuren mussten gebastelt und ein Hintergrund gestaltet werden. Für viele Fragen musste eine Lösung gefunden werden. Nach drei Stunden intensiver Arbeit, stellten die Schülerinnen und Schüler stolz ihre Filme vor. Die ungewöhnliche Geburt der Athena werden sie wohl so schnell nicht vergessen.

Mit Kunstblut und Kamera in den Wald! –

Das studioDIGITAL ist auch mobil

Nicht nur im Museum und in der Werkstatt lässt sich mit der Technik des studioDIGITAL arbeiten. Das Team geht auch hinaus. In den Sommerferien gab es ein spannendes Filmprojekt. Richtig unheimlich wurde es während der Filmwoche auf dem Residenzschloss Altenburg. Unter Anleitung des Produzenten des lokalen Fernsehsenders und

des Schauspielers des Theaters Altenburg Gera drehten Kinder und Jugendliche eine Woche lang einen Gruselfilm, der im studioDIGITAL auch seine Film Premiere feierte. Die vielen Ideen der Kinder wurden in ein spannendes Drehbuch verpackt. Mit Kamera und Tonangel bestückt, ging es dann in den Schlossgarten, um das Geheimnis einer verschollenen Prinzessin zu lösen. An Theater-schminke und Kunstblut wurde dabei nicht gespart. Nach drei Drehtagen im Wald und im Residenz-

schloss haben die jungen Leute im studioDIGITAL die ersten Grundlagen des Filmschnitts kennengelernt. Im Tonstudio durften sie sogar richtig laut schreien. Und das Ende des Films? Es gibt keines! Ein zweiter Teil folgt vielleicht im nächsten Jahr. Bis dahin ist der erste Teil auf dem YouTube Kanal des Lindenau-Museums zu sehen unter www.youtube.com/@lindenau-museumaltenburg4378/videos.

Julia Ehrhardt, Angelika Forster



„Ohne Provenienz gehts nicht mehr“ Provenienzforschung und Vermittlung

Provenienz bezeichnet die Herkunft und den Weg einer Person oder Sache. Sie ist allgegenwärtig. Im Alltag hingegen wird kaum von Provenienzforschung gesprochen, wenn wir nach der Herkunft der Armbanduhr der Urgroßmutter fragen und wie sie zum Urenkel gelangt ist oder woher die Tomaten im Supermarkt stammen.

Im Museumsbereich untersucht die Provenienzforschung die Entstehungsumstände, Herkunft und verschiedenen Besitzverhältnisse von Objekten, sozusagen die „Biografie eines Objektes“. Sie hält die einzelnen Etappen von der Entstehung bis in die Gegenwart einer Person oder Sache fest. Zu ihren Aufgaben gehören neben Einzelfallstudien die Kontextforschung, sogenannte Opfer- und Täterforschung, Porträts von Akteurinnen und Akteuren des jeweiligen Handels und die Aufarbeitung der Museumsgeschichte.

Was ist der Mehrwert der Vermittlung von Provenienzforschung? Worin liegt das Potenzial in der Museumsarbeit? Ausgehend von Beispielen aus den Thüringer Museen werden im Folgenden Chancen und Potenziale der Vermittlung von provenienzbezogenen Inhalten neben aufwendigen und textbasierten Sonderausstellungen aufgezeigt.

Spurensuche im Museum

Provenienzforschung ist eine komplexe Disziplin, deren Vermittlung durchaus eine Herausforderung darstellt. Allein der Begriff „Provenienz“ stellt eine Hürde dar. Um möglichst viele Zielgruppen anzu-

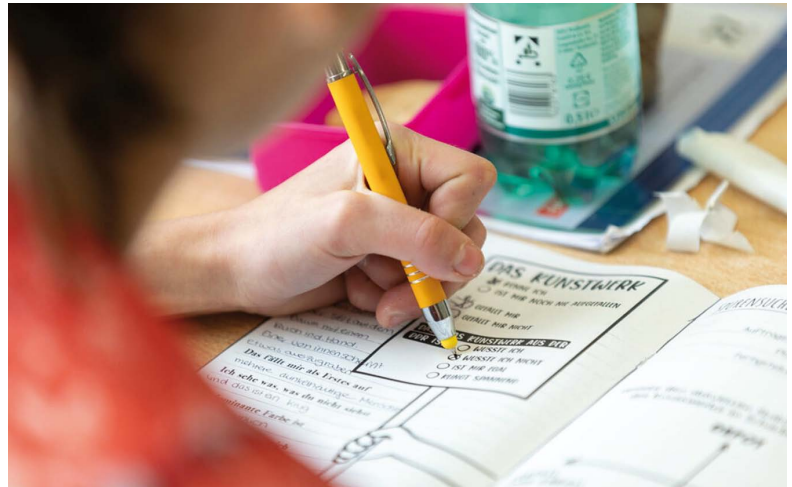
sprechen, müssen Schwellen und Barrieren abgebaut werden. Die Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße der Stiftung Ettersberg probierte einen spielerischen Ansatz aus, denn in gewisser Hinsicht ist Provenienzforschung Detektivarbeit. Besonders Kinder und Jugendliche können durch eine angeleitete Spurensuche für Objekt- und Sammlungsgeschichten begeistert werden. Dabei bekommen sie nicht gezeigt, wie Provenienzforschung funktioniert, sondern sie werden selbst tätig und erfahren, wie und warum Provenienzforschung betrieben wird. Die Sonderausstellung „Vor dem Verschwinden“ vom 17. August bis 12. November 2023 in der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße der Stiftung Ettersberg lud Schulklassen der neunten Jahrgangsstufe ein, auf Spurensuche nach baubezogener Kunst aus der DDR in ihrem Lebensumfeld zu gehen. Die Jugendlichen wurden aufgefordert, über historische Fotos und Archivadokumente selbst Hintergrundinformationen zur Entstehung der Kunstwerke aus der DDR zu recherchieren. In Gesprächen mit lokalen Zeitzeuginnen und Zeitzeugen sowie Expertinnen und Experten erfuhren sie mehr über die Künstlerin oder den Künstler sowie die Bedeutung des Kunstwerkes im öffentlichen Raum vor und nach 1990. In einem begleitenden Arbeitsheft wurde neben den Entstehungszusammenhängen nach dem Verbleib oder der Zerstörung der Kunstwerke gefragt: Wo war und ist das Objekt zu welchem Zeitpunkt? Mit der Frage nach dem physischen Verbleib von Objekten gehen Überlegungen der Erinnerungskultur einher. Viele der Kunstwerke aus der DDR sind seit 1990 verschwunden, verfallen oder in Vergessenheit geraten.

Fragen der Provenienzen bieten Kindern und Jugendlichen andere Narrative, jenseits von Stilgeschichte, Schulzusammenhängen und Epochenerzählungen an. Bedeutend ist, dass dabei der museale Raum erweitert und mit dem Lebensumfeld der Jugendlichen verknüpft werden kann.

Nicht nur Kinder und Jugendliche können animiert werden, die Herkunft und den Weg von Objekten und Personen aus dem eigenen Umfeld zu erforschen. Dabei können Museums- und Objektgeschichten ausschlaggebende Anknüpfungspunkte bilden, die Regional- oder die eigene Familiengeschichte zu beleuchten. Die Provenienzforschung bietet zudem Anknüpfungspunkte an aktuelle Debatten, wie bei den Umbenennungen von Straßen oder dem Umgang mit Denkmälern. Neben der Frage nach der Herkunft von Objekten und Personen, wird zunehmend auch die Frage nach der Herkunft von Bildtraditionen, Begriffen und sensiblem Sprachgebrauch diskutiert. Die Provenienzforschung animiert zur Reflexion: Wer spricht im Museum über wen? Wer ist im Museum wie dargestellt?

Provenienz heißt, Stimmen geben

Wer definiert, ob ein Objekt Gebrauchsgegenstand oder Kunst ist? Provenienzforschung zwingt uns Bewertungen, Benennungen, Kategorisierungen und Inszenierungen zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen. Sie bietet die Chance, etwas über die Sensibilitäten von Objekten zu erfahren, nicht etwa die Zerbrechlichkeit oder konservatorische Besonderheiten, sondern vielmehr den Umgang mit diesen. Es gibt Objekte, deren Aufbewahrung, Präsentation oder Forschung im Museum anspruchsvoller oder auch problematischer ist, da Menschen außerhalb



Arbeitsheft für Schülerinnen und Schüler zur Sonderausstellung „Vor dem Verschwinden“ in der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße der Stiftung Ettersberg. (Foto: Norman Hera, Stiftung Ettersberg)

der Sammlung davon betroffen sein können. Darunter fallen vor allem *human remains*, Körper und Körperteile von Menschen, aber auch religiöse oder rituelle Objekte oder politische Symbole. Eine wichtige Rolle spielt die Art der Erwerbung mit direktem oder indirektem Gewaltkontext und die Zustimmung der Betroffenen zur Aufbewahrung in einem Museum. Die Verantwortung und Auseinandersetzung mit diesen Sammlungsteilen ist eine der größten Herausforderungen für die Museumswelt, aber gleichzeitig auch eine der größten Chancen. Der Provenienzforschung kommt dabei in der öffentlichen Wahrnehmung von Museen eine Schlüsselrolle zu. Durch die Aufarbeitung und Reflexion der eigenen Sammlungsgeschichte nimmt das Museum die Verantwortung als Ort der Erinnerung wahr und bietet sich als Debatten- und Diskussionsraum an.

Eine Möglichkeit, diesen Prozess im Museum sichtbar zu machen, bieten Interventionen. Darunter sind Anmerkungen, Ergänzungen, Störfaktoren und Dialogpartner vor dem Hintergrund einer bestehenden Ausstellung zu verstehen. In Form von fragenden Tafeln, kommentierenden Audioguidestationen, überklebendem Kreppband oder künstlerischen Auseinandersetzungen ergänzen und kritisieren Interventionen die vorhandenen Erzählungen und



Dreiteilige Intervention „Objektgeschichten. Möbel in Bewegung“ in den Dichterhäusern (temporär) in Weimar. (Foto: Thomas Müller, Klassik Stiftung Weimar)

Interpretationen. Sie regen einen Perspektivenwechsel an, ohne die vorhandene Inszenierung zurückzunehmen. Informationen zur Provenienz bieten die Möglichkeit, weitere Geschichten zu erzählen und andere Perspektiven einzubeziehen. Dabei können beispielsweise Herkunftsgesellschaften, Angehörige oder Betroffene ihre Perspektive einbringen und damit tradierte Narrative oder den eurozentrischen Kanon aufbrechen.

Die Klassik Stiftung Weimar stellt mithilfe von Interventionen in Form von Ausstellungselementen in den Dichterhäusern Fragen zu historischen (nicht) ausgestellten Möbeln. Mit Fragen wie „Warum waren Schillers Möbel im Zweiten Weltkrieg im Konzentrationslager Buchenwald?“ werden die Besuchenden auf das Ausstellungselement aufmerksam gemacht und können dort weitere Informationen zur Provenienz erhalten. Die Klassik Stiftung Weimar hat die Beobachtung gemacht, dass bei mindestens einem Drittel der Besucherinnen und Besuchern die Interventionen zu Gesprächen untereinander geführt hat.

Provenienz ist emotional

Werden Objekte als historisch bewegte und verstrickte Objekte verstanden, bieten diese Anknüpfungspunkte zur Reflexion und Kommunikation: Die Themen Herkunft und Ortwechsel, also Provenienz, bauen Brücken zu individuellen Biografien und Lebensrealitäten der Besuchenden. Mit interaktiven Karten können beispielsweise Herkunftsorte und Migrationswege der Besucherinnen und Besucher erfragt werden. Das Naturkundemuseum Mauritianum Altenburg zeigte in der Sonderausstellung „Feldpost aus dem Donbass 1944 und 2022“ Zeichnungen und Aquarelle des Altenburger Malers Heinz Olbrich, die

er während des Zweiten Weltkrieges im Schützen-graben im Donbass, im Osten der heutigen Ukraine, anfertigte und per Feldpost nach Hause schickte. Seit 2022 herrscht in der Ukraine erneut Krieg. Viele Menschen befinden sich auf der Flucht und finden Zuflucht unter anderem in Altenburg. Der Kontakt nach Hause wird über das Telefon gehalten. Fotos und Nachrichten dokumentieren die Geschehnisse aus heutiger Zeit in derselben Region, aus der Heinz Olbrich seine gemalten Bilder nach Deutschland per Post schickte. Das Naturkundemuseum Mauritianum Altenburg bat Projektpartnerinnen und -partner aus der Ukraine, ihre heutige Feldpost mitzubringen und diese auf einer Karte zu verorten. Damit wurden sie Teil der Ausstellung und die Provenienz der Aquarelle von Hans Olbrich Anlass zur Partizipation.

Provenienzforschung bedeutet Beteiligung

Beteiligungsmöglichkeiten einer breiten Gesellschaft sind bekanntermaßen in vielerlei Hinsicht attraktiv und werden auch zunehmend eingefordert. Der Einbezug von Bürgerinnen und Bürgern kann besonders für die Provenienzforschung bei der Klärung der Frage der Herkunft von Objekten hilfreich sein, beispielsweise durch ihre Kenntnisse über Sammlungen sowie Sammlerinnen und Sammler. *Citizen Science*, die Wissenschaft der Bürgerinnen und Bürger, ist vor allem in den Natur- und Altertumswissenschaften ein bewährtes Konzept. Interessierte beteiligen sich in unterschiedlicher Art und Weise an der Wissensgenerierung. Die Mineralogische Sammlung der Universität Jena forderte in ihrer Ausstellung „Sommerzeit – Reisezeit – Mineralogische Mitbringsel & blinde Passagiere“ vom 17. Mai bis 15. Oktober 2023 mittels einer Vitrine mit unbestimmten Gestei-



Der Ethnologe und Vorstandsmitglied der Naturforschenden Gesellschaft Altenburg, Dr. Olaf Günther erläutert beim Ausstellungsaufbau die interaktive Karte. (Foto: MVT)

nen und Mineralien ihre Besuchenden zur Mithilfe bei der Bestimmung der Provenienz auf. Bereits bei der Eröffnung konnten Besucherinnen und Besucher, teilweise auch Fachpublikum, im analogen Raum ihre Expertise einbringen. So konnte manches Gestein einem Herkunftsort zugeordnet werden.

In den letzten Jahren haben sich die Möglichkeiten in Bezug auf Teilnehmungsformate stark erweitert. Über Online-Datenbanken, Tagungen, Zeitungen, Ausstellungen und Blogs kann Wissen von Expertinnen und Experten aus der ganzen Welt generiert und gebündelt sowie der wissenschaftliche Dialog gefördert werden. Partizipationspartnerinnen und -partner können externe Forschende, Herkunftsgesellschaften, Betroffene, engagierende Communities oder Einzelpersonen, Aktivistinnen und Aktivisten oder Besuchende

sein. Das Bedürfnis von Gesellschaften, in Prozesse der Forschung einbezogen zu werden, von der Definition neuer Forschungsfragen über die Konzeption von Projekten bis hin zur Auswertung und Veröffentlichung, steigt.



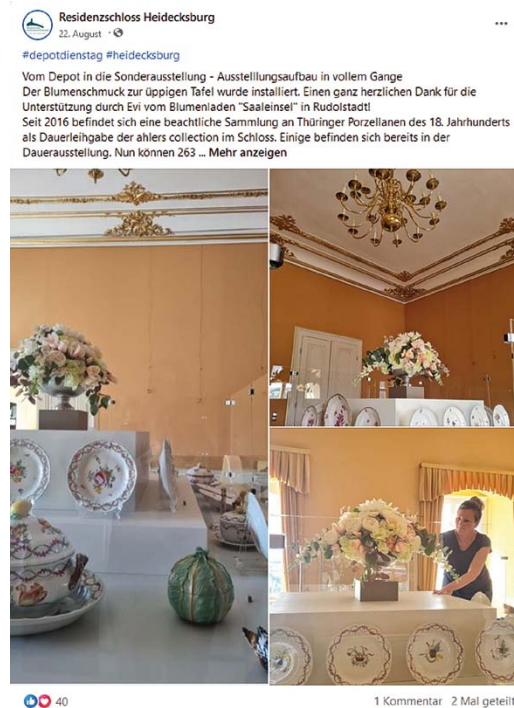
Instagram-Post zur Ausstellungseröffnung „Sommerzeit – Reisezeit – Mineralogische Mitbringsel & blinde Passagiere“ der Mineralogischen Sammlung, Institut für Geowissenschaften, Friedrich-Schiller-Universität Jena. (Screenshot vom 19.09.2023, Mineralogische Sammlung der Friedrich-Schiller-Universität Jena)

Die Tendenz zu Demokratisierung und Community-Orientierung im Museum geht mit mehr Transparenz einher. Digitale Formate bieten unterschiedliche Möglichkeiten der Sichtbarkeit und Zugänglichkeit provenienzbezogener Inhalte. Museen ist es beispielsweise möglich, ihre Forschungsergebnisse zur Provenienz von Objekten in einem hausinternen Blogbeitrag oder dem RETOUR-Blog unter retour.hypotheses.org zu kommunizieren. Durch die Nutzung sozialer Medien wie Facebook, YouTube, Instagram oder X (ehemals Twitter) können Inhalte der Provenienzforschung zielgruppengerecht verarbeitet werden. Es kann über aktuelle Provenienzforschung im Museum via Kurznachricht auf den sozialen Medien informiert werden.

Das Eichsfeldmuseum in Heilbad Heiligenstadt hat in einem Beitrag auf Instagram und Facebook über eine Schenkung eines auf einem Dachboden gefundenen neuarmigen Leuchters und über die bevorstehende Provenienzforschung im Museum informiert. Den Leuchter, der anfangs als jüdische Menora eingeschätzt wurde, erkannten ältere Gemeindemitglieder als einen aus St. Aegidien stammenden wieder. Nach Sichtung der Dokumente wurde der Leuchter der Kirche zurückgegeben.

Die Nutzung sozialer Medien kann die Zielgruppe erheblich erweitern, gegebenenfalls weltweit. Hierbei kann ein digitales Publikum angesprochen werden, die schnell und direkt durch den Like-Button oder die Kommentarfunktion mit dem Museum in Kontakt treten kann. In den Kommentarspalten des Eichsfeldmuseums wird die Begeisterung für den Blick hinter die Kulissen geteilt. Die Vermittlung provenienzbezogener Inhalte durch digitale Formate zeigt großes Potenzial. Sie vergrößert die Reichweite, schafft Zugänglichkeit durch Veranschaulichung und formatbedingt kürzere Texte, erhöht die Sicht-

barkeit und führt zu einem gesteigerten Interesse der Öffentlichkeit an Provenienzforschung. Das Landesmuseum Heidecksburg in Rudolstadt postet beispielsweise dienstags auf Facebook unter dem Hashtag #depotdiensttag eine Objektgeschichte aus dem Depot, oft in Verbindung mit laufenden Ausstellungen oder Führungen. Dabei wird nicht nur die Präsenz in der öffentlichen Wahrnehmung erhöht und Werbung geschaltet, sondern werden auch Einblicke in das sonst für Außenstehende nicht sichtbare Depot geschenkt.



Facebook-Post zum #depotdiensttag im Thüringer Landesmuseum Heidecksburg in Rudolstadt. (Screenshot vom 19.09.2023, Thüringer Landesmuseum Heidecksburg)

Provenienz erzählt Geschichten

Die öffentliche Präsenz von Provenienzforschung und Objektgeschichten ist wichtig, da Provenienzforschung in den Medien zum Großteil nur im Zusammenhang mit Raubgut Nachrichtenwert erlangt. Die Provenienzforschung hat inzwischen einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht. Sie wird nicht nur innerhalb der Museumslandschaft und in Fachkreisen diskutiert, sondern auch in der breiten Öffentlichkeit und in den Medien. Sie wird sogar künstlerisch verarbeitet, sei es in Form von künstlerischen Interventionen, historischen Romanen oder Filmproduktionen. Denn Provenienzforschung erzählt schlussendlich Geschichte(n) von Menschen. In der Presse werden bis dato vor allem Raub und Rückgabe in den Fokus gestellt. Dabei entsteht der Eindruck, dass die Rückgabe von Objekten ein zwangsläufiges Resultat der Provenienzforschung sei und auch deren Erfolg daran gemessen werden könne. Die notwendige langfristige Erforschung der Provenienzen kann im (öffentlichen) Diskurs schnell in den Hintergrund rücken. Provenienzforschung findet jedoch überwiegend proaktiv statt. In vielen Fällen führt die Forschung zum Ergebnis des rechtmäßigen Besitzes der Objekte in einem Museum. Mit Einblicken hinter die Kulissen und einzelnen Objektgeschichten, wie sie das Thüringer Landesmuseum Heidecksburg in den sozialen Medien teilt, wird zugleich vermittelt, dass es auch unbelastete Ankäufe des Museums gegeben hat und die Provenienzforschung noch viele andere spannende Geschichten an das Tageslicht bringt.

In unserer Gesellschaft besteht ein reges Interesse an Museen, ihrer aktuellen gesellschaftspolitischen Verantwortung und ihrer (Sammlungs-) Geschichte. Daher bleibt die Frage, ob Proveni-

enzforschung unweigerlich mit „Achtung, Gefahr! Unrecht!“ in Verbindung gebracht werden soll oder nicht viel mehr ein etabliertes Werkzeug zur kritischen Hinterfragung und Erweiterung von Perspektiven und Erinnerungen sein kann. Die Interventionen in den Dichterhäusern in Weimar oder die interaktive Karte im Naturkundemuseum Mauritium Altenburg zeigen, wie durch Fragen der Provenienz weitere Erzählungen involviert werden können. Die Kunsthistorikerin Bénédicte Savoy nennt die Provenienzforschung eine museale Familienangelegenheit und fragt nach Erinnerungspraktiken im Museum. Dass es sich dabei nicht nur um Erinnerungspraktiken im Museum, sondern auch im öffentlichen Raum handelt, zeigt die Sonderausstellung „Vor dem Verschwinden“ in der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße der Stiftung Ettersberg.

Mit Provenienzforschung als eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe übernehmen Museen Verantwortung für ihre Sammlungen. Das Naturkundemuseum Mauritium Altenburg und die Mineralogische Sammlung der Friedrich-Schiller-Universität Jena demonstrieren, welchen Mehrwert die Kommunikation von Projektpartnerinnen und -partnern sowie Besuchenden über Fragen der Provenienz mit sich bringt.

Die gesellschaftliche Akzeptanz von Museen hängt zunehmend davon ab, wie transparent sie ihre Sammlungen und internen Abläufe für externe Interessengruppen öffnen, kuratieren und präsentieren.

Dabei ist viel Potenzial der Provenienzforschung und deren Vermittlung derzeit noch ungenutzt, denn: „Ohne Provenienz gehts nicht mehr“, wie Sebastian Press formulierte.

Katharina Taxis

Weiterführende Literatur:

- Brandstetter, Anna-Maria/Hierholzer, Vera (Hg.): Nicht nur Raubkunst! Sensible Dinge in Museen und universitären Sammlungen, Göttingen 2018.
- Netzwerk Provenienzforschung in Niedersachsen (Hg.): Nach dem Erstcheck. Provenienzforschung nachhaltig vermitteln, Hannover 2020.
- Lang, Sabine: Wie hat sich Provenienzforschung durch Digitalität verändert? (07.08.2023) online unter: <https://retour.hypotheses.org/2916#lang2023> (zuletzt aufgerufen: 14.08.2023).
- Preuss, Sebastian: Ohne Provenienz gehts nicht mehr. Das Humboldtforum ist eröffnet und mit ihm die Debatte über Kolonialgeschichte. In: Kunstplaner, Nr. 1, 2002, S. 26-29.
- Sarr, Felwine/Savoy, Bénédicte: Zurückgeben. Über die Restitution afrikanischer Kulturgüter, Berlin 2019.
- Zuschlag, Christoph: Einführung in die Provenienzforschung. Wie die Herkunft vom Kulturgut entschlüsselt wird, München 2022.

„Lernen am anderen Ort“ mit den Mühlhäuser Museen



Als Museumspädagogin der Mühlhäuser Museen möchte ich eine Bilanz der Initiative „Lernen am anderen Ort“ ziehen. „Lernen am anderen Ort“ sind zunächst die für alle Schüler verbindlich zu besuchenden schulischen Angeboten außerhalb des Schulgebäudes. Angebunden ist die Initiative am Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport.

Ende 2018 wurde zu „Lernen am anderen Ort“ ein Vertrag mit den Mühlhäuser Museen als Projektträger ausgehend vom Landkreis für einen zunächst drei Jahre langen Zeitraum geschlossen. Das Landratsamt Unstrut-Hainich ist Schulträger der staatlichen Schulen im Kreisgebiet und finanziert das Projekt. Dahinter verbirgt sich eine „öffentlich-rechtliche Vereinbarung über die Förderung einer regionalen modellhaften Bildungspartnerschaft“. In Anlehnung an die Lehrpläne sollen alle Schulformen und Altersgruppen aus dem Landkreis einbezogen sein. Ziele sind das Kennenlernen von Natur, Kultur und Wirtschaft im regionalen Umfeld sowie langfristige Bildungspartnerschaften.

Die Mühlhäuser Museen bieten mit insgesamt vier Häusern für das Vorhaben verschiedene Themenschwerpunkte wie die Stadtgeschichte Mühlhausens, die Archäologie im Landkreis, die Thüringer Kunst, Reformation und Bauernkrieg, mittelalterliche Kunst oder die Historische Wehranlage. Die Auswahl der Klassenstufe für ein Projekt erfolgt anhand der Anforderungen des gewählten Themas. Zur Gewinnung von Teilnehmern werden die jeweiligen Schuldirektoren angeschrieben und/oder interessierte Lehrer angesprochen. Dabei kann auf eine langjährige Zusammenarbeit zurückgegriffen werden.

Für die Dauer des Projektes wurde die Stelle der Museumspädagogin um vier Stunden wöchentlich aufgestockt. Das Budget ermöglichte es uns, neben der Finanzierung von Material und Museumsausstattung auch Referenten einzuladen. Das Programm wurde wegen der Verzögerung einiger Projekte durch die COVID-19-Pandemie zunächst bis 2022 verlängert. Unter neuen Maßgaben wurde es nun auch 2023 weitergeführt. Die Ideen und Konzepte für die Projekte stammen von der Museumspädagogin und werden mit den Mitarbeitern des Landratsamtes besprochen, ebenso müssen die Kosten vorkalkuliert werden. Nach der Antragstellung und Genehmigung kann es mit den einzelnen Projekten losgehen.

Die Projekte von 2019–2023

Am Anfang standen zwei Comic-Workshops. Dazu luden wir den Kinderbuchillustrator Sebastian Köpcke aus Berlin ein. Erstes Thema war die Ausstellung „Von Einhörnern und Drachentöttern. Mittelalterliche Kunst in Thüringen“ in der Kirche St. Marien. Eine vierte Klasse aus der Dalton Grundschule Unstruttal lernte die mittelalterliche Glaubenswelt und ihre Darstellung in der Kunst und anschließend die Grundlagen des Comiczeichnens kennen. Sie gestalteten Comics zu den Legenden vom Einhorn, zum Drachentöter Georg, dem heiligen Martin und anderen.

Beim zweiten Workshop stand das Leben Thomas Müntzers im Mittelpunkt. Mühlhausen ist einer der Wirkungsorte und der Sterbeort des Reformators. In der Stadt gibt es einige Originalschauplätze, die

mit seinem Leben und Wirken verbunden sind. Nach deren Besuch entstanden die Comicgeschichten. Die Ergebnisse der beiden Workshops wurden im kulturhistorischen Museum öffentlich präsentiert.

Darauf folgte ein Audioguide-Projekt mit Schülern der Klassen 8 bis 10 der Staatlichen Regelschule „Petrischule Mühlhausen“ zur Ausstellung „Luthers ungeliebte Brüder. Alternative Reformationen in Thüringen“ im Bauernkriegsmuseum Kornmarktkirche.

Unterstützung erhielten wir durch die Medienpädagogin Franziska Klemm vom Wartburg-Radio 96,5. Die Schüler lernten, wie ein guter Hörtext gestaltet wird. Die Sprachaufnahmen erfolgten im Radio-Studio. Mit Hilfe des Projektgeldes konnten Audioguides angekauft werden.

Für das letzte Projekt im Jahr 2019 erhielten wir Hilfe durch Jörg Wagner von der LAG Jugendkunstschulen Thüringen und der Künstlerin Katrin Prinich-Heutzenröder. Mit der Klasse 6 der Regelschule Weberstedt erarbeiteten wir einen Kunstführer für die Ausstellung „Von Einhörnern und Drachentöttern“ in St. Marien. Die Kinder wurden in fünf Arbeitsgruppen aufgeteilt und erhielten eine Tasche mit Arbeitsmaterial zur Einhorn-, Drachen-, Apostel-, Heilige Frauen- und Kirchen-Bauwerksforschung. Die Ergebnisse in Form von Texten, Rätseln, gemalten Bildern oder Druckerzeugnissen wurden von der Künstlerin zusammengestellt und zu einem Kunstführer gestaltet.

Für unser Restaurierungsprojekt im Jahr 2020 konnte die Restauratorin Franziska Tottleben gewonnen werden. In der Projektwoche erlernten Schüler einer Klasse 8 der Regelschule Thomas Müntzer Mühlhausen die Kunst des Vergoldens. Parallel reinigten die Schüler unter Anleitung der Restauratorin mit Spezialwerkzeug, Pinsel und Staubsauger die im Turmmuseum von St. Marien ausgestellten Gipsmodelle oder zeichneten sie.

Im Oktober 2020 wurden zwei Filmprojekte realisiert. Teilgenommen haben zwei achte Klassen des Seilergymnasiums Schlotheim, die Theaterpädagogin Anna Elise Müller vom 3K Kunst, Kultur, Kommunikation e. V. für die Erarbeitung von Spielszenen und Ulrich Michael Franke von der Jugendfilmschule Thüringen e. V. für die Aufnahmen und den Schnitt des Films „Archäo? – Logisch!“. Wir waren zu Besuch auf einer archäologischen Ausgrabung an der künftigen B 247 und erhielten Unterstützung durch Mitarbeiter vom Thüringer Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie. Die Schüler machten Interviews mit den Archäologen, führten eine eigene Ausgrabung inklusive der Erarbeitung von Fundblät-



Druckarbeiten zum Kunstführer „Von Einhörnern und Drachentöttern“, 2019. (Foto: Steffi Maass, Mühlhäuser Museen)

tern durch und drehten Spielszenen. Außerdem besuchten wir das Keramikatelier von Marion Walther. Dort gestalteten wir Gefäße im Stil der jungsteinzeitlichen Linienbandkeramik. Durch das großzügige Budget konnten die Fahrtkosten, die Schnittarbeit des Films und eine Filmstation für die archäologische Ausstellung bezahlt werden.

Der zweite Film hat den Titel „Wann ist es Kunst?“. Für die Dreharbeiten fuhren wir zunächst in die Tongrube nach Bollstedt. Nach einer Einleitung durch einen Verantwortlichen der Firma Wienerberger GmbH durften wir das Gelände betreten und filmen. Die Schüler sammelten Erdproben in verschiedenen Farben, die dann mit Bindemittel vermischt und vermalt wurden. Die Tongrube war unser thematischer Ausgangspunkt, der alle drei in den folgenden Tagen interviewten Künstler miteinander verbindet: die Struktur der Landschaft als Motiv des Malers Siegfried Böhning, die „Mikrowelt“ in Form von Pflanzen, Tieren oder Fossilien, die von der Grafikerin Kartrin Prinich-Heutzenröder dargestellt werden und die Tonerde, die von der Keramikerin Marion Walther genutzt wird. Beim Besuch der Künstler in ihren Ateliers lernten wir ihre Kunst und Arbeitsweise kennen. Die Filmstation steht in unserer Ausstellung „KunstLAND Thüringen. Aspekte der Malerei und Grafik im 20. Jahrhundert“ im Kulturhistorischen Museum.

Im Oktober 2021 fand das Projekt „Actionbound – Abenteuer auf dem Wehrgang Mühlhausen“ gemeinsam mit einer Klasse 7 des Tilesius-Gymnasiums Mühlhausen statt. Actionbounds sind spannende und lehrreiche Rallyes. Typische Aufgaben sind Suche nach Orten und Gegenständen, Wissensfragen, Rechen- und Denkaufgaben, Wort- und Bildrätsel oder Scherzfragen. Gemeinsam mit Theaterpädagogin Anne Elise Müller wurden vier Spielszenen ein-



Projekt „Actionbound“, 2021. (Foto: Steffi Maass, Mühlhäuser Museen)

studiert und gefilmt beziehungsweise als Bildergeschichte fotografiert. Eine Mühlhäuser Sage wurde als Schattenspiel erarbeitet. Der Actionbound kann von Besuchern der Historischen Wehranlage mit Tablets oder eigenem Smartphone gespielt werden.

Im Jahr 2022 wurden wieder zwei Filmprojekte umgesetzt, diesmal mit zwei siebten Klassen der Regelschule Unstruttal. Für das Projekt „Garten der Sinne“ konnten wir den Kleinkünstler Albert Sadebeck und Theaterpädagogin Anna Elise Müller gewinnen. Entstanden sind drei Kurzfilme von jeweils zwei Minuten zum Klostergarten an der Kornmarktkirche. Vorgestellt werden das Gartenkonzept, die Pflanzen und ihre Heilwirkung sowie die Franziskaner als frühere Nutzer der Klosterkirche. Beim zweiten Filmprojekt „Eine wehrhafte Stadt“ wurden wir wieder durch die Jugendfilmschule Thüringen e. V., Anna Elise Müller und Roland Göbel vom Kampfsportverein Swaiut Toringi e. V. aus Mühlhausen unterstützt. Die drei Kurzfilme widmen sich der alten Stadtmauer mit ihren Toren und Türmen, zwei Mühlhäuser Legenden und der militärischen Ausbil-



Filmprojekt „Eine wehrhafte Stadt“, 2022. (Foto: Steffi Maass, Mühlhäuser Museen)

derung in mittelalterlichen Zeiten. Beide Filme sind bis heute in den jeweiligen Objekten als museumspädagogische Stationen zu sehen.

Die beiden Projekte des Jahres 2023 sind noch nicht abgeschlossen. Für das erste konnten wir eine Lehrerin für Gesellschaftswissenschaften der Georgschule mit einer neunten Klasse gewinnen. Da keine Projektwoche genehmigt wurde, nutzten wir die wöchentliche Unterrichtszeit. Ziel des Projektes ist die Erstellung einer interaktiven Karte zu ehe-

maligen Industriestandorten Mühlhäusens, die über die Website der Mühlhäuser Museen erreichbar sein wird. Mit dem bereitgestellten Material erarbeiteten die Schüler Chroniken und sammelten Informationen zu Produkten und Gewerken. Auf zwei Stadtführungen erkundeten wir die ehemaligen Standorte der Firmen. Es folgten fünf Interviews mit ehemaligen Betriebsangehörigen oder Firmenleitern. Auch ein szenisches Spiel wurde einstudiert. Das zweite war wieder ein Audioguide-Projekt, diesmal zur Ausstellung „KunstLAND Thüringen. Aspekte und Grafik im 20. Jahrhundert“. Partner waren die Klasse 7 der Staatlichen Regelschule Langula, die Theaterpädagogin für den Sprachunterricht und der Künstler und Tontechniker Marcel Mainzer für die Aufnahme und den Schnitt.

Erfahrungen

Voraussetzung für die Durchführung aller Projekte waren die finanziellen Mittel. Damit konnten nicht nur die Projekte, sondern auch die im ländlichen Raum für Schulen benötigten Fahrtkosten finanziert werden. Die Gestaltung der Projekte ist sehr aufwendig. Die Beteiligten müssen zunächst zeitlich in Einklang gebracht werden. Dazu kommt die Organisation der Außentermine, Absprache mit externen Institutionen oder Genehmigungen. Beim Zusammenstellen von Requisiten sind wir immer sehr kreativ und bauen auf die Fantasie der Schüler. Wichtig sind auch die Vorabgenehmigungen für Ton- und Bildaufnahmen der Schüler durch die Eltern.

Steffi Maass

Die „LeseZEIT auf Burg Posterstein“ Ein innovatives und nachhaltiges Podcast-Format

Im Podcast „LeseZEIT auf Burg Posterstein“ lässt die Historikerin Franziska Huberty, Hauptverantwortliche für Bildung und Vermittlung im Museum Burg Posterstein, seit Anfang 2021 Persönlichkeiten und Quellen aus der Zeitgeschichte zu Wort kommen. Eingerahmt in eine thematische Einführung und einen kurzen Abspann, liest sie in jeder Folge einen originalen, historischen Text. Die Folgen stellen jeweils andere Persönlichkeiten in den Mittelpunkt und sind zeitlos sowie unabhängig voneinander hörbar.

Das Museum Burg Posterstein ist das regionalgeschichtliche Museum für den Landkreis Altenburger Land. Die Ausstellungen in den barocken

Räumen der über 800 Jahre alten Burg behandeln die Geschichte der Burg und der Region. Ein thematischer Schwerpunkt bildet dabei der Salon der Herzogin von Kurland um 1800 im nahe gelegenen Schloss Löbichau. In diesen thematischen Rahmen ist der Podcast „LeseZEIT“ eingebettet.

Was sind Podcasts?

Das Kunstwort „Podcast“ setzt sich aus „Pod“, kurz für: Play on demand (Abspielen auf Nachfrage), und „cast“, dem Kürzel für „Broadcast“ (Rundfunk), zusammen. Gemeint ist damit eine Serie abonnierbarer Audiodateien, die typischerweise über eine eigene Website und/oder gängige Streaming-Portale zugänglich gemacht werden.

Podcasts gibt es zu allen Themen und in verschiedensten Formaten. Beliebt sind sie in Interviewform oder im Stil von Nachrichtensendungen. Die meisten Radiosender betreiben inzwischen eigene Podcasts und auch immer mehr Museen experimentierten damit. In Thüringen gibt es neben der „LeseZEIT auf Burg Posterstein“ beispielsweise den „Friedenstein-Funk“ der Stiftung Schloss Friedenstein Gotha und den Podcast „Horchpost DDR“ der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße der Stiftung Ettersberg.

Neben von Museen betriebenen Podcasts existieren auch private oder professionell betriebene Podcasts mit Museumsthemen, beispielsweise „Bitte nicht anfassen!“ von Escucha – Kultur für's Ohr, der den DigAMus-Award 2023 in der Kategorie Podcasts gewann.



Logo des Podcasts „LeseZEIT auf Burg Posterstein“. (Foto: Museum Burg Posterstein)

Wer hört Podcasts?

Podcasts sind kein neues Phänomen. Es gibt sie bereits seit Anfang der 2.000er-Jahre, aber Smartphones haben das Hören wesentlich vereinfacht und mobiler gemacht. Denn die Audio-Beiträge werden oft nebenbei gehört: beim Reisen, beim Putzen, beim Kochen.

„Podcasts sind längst kein Nischenmedium mehr“, schlussfolgert die Nutzerstudie „Podcast Umfrage 2023“ von Podstars, die über 2.500 Hörerinnen und Hörer befragte. Die Verfasser der Studie gehen davon aus, dass in Deutschland rund 23 Millionen Menschen Podcasts hören. 63 Prozent der Befragten konsumierten Podcasts täglich – seit 2022 stieg dieser Wert um fünf Prozentpunkte. Fast die Hälfte davon hört bereits seit mindestens drei Jahren Podcasts – für Nachrichten, Bildung und Unterhal-

tung. Die Hörerschaft ist vergleichsweise jung, gebildet und einkommensstark. Laut der hier zitierten Umfrage sind „Nachrichten und Politik“, „Wissen“ und „Gesellschaft und Kultur“ die drei beliebtesten Podcast-Themen – Themenfelder, die durchaus zu musealen Inhalten passen.

Podcasts von oder über Museen sprechen trotzdem ein Nischenpublikum an. Dieses jedoch ist besonders interessiert und das Format bietet damit die Möglichkeit, eine vergleichsweise junge, an Museumsthemen interessierte Zielgruppe zu adressieren.

Die „LeseZEIT“ als Teil des Museumskonzeptes

Im Mittelpunkt jeder Folge der „LeseZEIT auf Burg Posterstein“ steht eine historische Persönlichkeit mit der Wiedergabe ihres Originalzitates. Franziska Huberty liest dabei aus Briefen, Tagebüchern und anderen Quellen und stellt immer einen Zusammenhang zu den Sammlungen und Ausstellungen des Museums her. Die Beiträge sind überzeitlich gültig und stellen damit eine nachhaltige Ergänzung der musealen Arbeit dar.

Das Vermittlungs- und Ausstellungskonzept des Museums zielt digital und vor Ort darauf ab, durch unterschiedliche Strategien eine möglichst breite Besuchergruppe anzusprechen. Es wird eine Interaktion mit dem Besucher angestrebt und auf unterhaltssame Wissensvermittlung gesetzt, sowohl online als auch vor Ort im Museum.

Im Museum Burg Posterstein sind wir davon überzeugt, dass unser Bildungsauftrag nicht auf der Burgbrücke endet, sondern auch im virtuellen Raum weiter besteht. Deshalb richten sich unsere Angebote gleichermaßen an Besucher vor Ort und digitale Besucher, die sich über die verfügbaren Onlineinfor-



Franziska Huberty, Mitarbeiterin im Museum Burg Posterstein, recherchiert und liest die Podcast-Folgen der „LeseZEIT auf Burg Posterstein“. (Foto: Museum Burg Posterstein)

mationen weiterbilden. Die Online-Besucher zählen wir ebenfalls zu den Besuchern, ohne dass sie an der Kasse einen Obolus entrichtet haben oder in der offiziellen Statistik auftauchen.

Die Bildungs- und Vermittlungsangebote des Museums sind aufeinander abgestimmt und miteinander verzahnt, sie ergeben einen Querschnitt der gesamten Museumsarbeit. In dieser ganzheitlichen Strategie haben Standardformate wie Ausstellung, Vortrag und Führung, Katalog, Flyer und Plakat den gleichen Stellenwert wie Webseite, Blog, Podcast, Videokanal und Social-Media-Angebote, wobei natürlich die jeweilige Ausstellung und unsere Sammlungen den Bezugsrahmen bilden.

Bereitet das Museumsteam eine Sonderschau oder eine Publikation vor, dann stellen eine Vielzahl an Originaltexten das Fundament der Recherche dar, von denen es höchstens einige Zitate in die fertige Ausstellung oder in ein begleitendes Buch schaffen. Besonders schöne, originale Texte erhalten eigene Podcast-Folgen und werden so über die Ausstellungsdauer hinaus sichtbar und zugänglich gemacht. Je nach Zeit und Thema entdecken wir dabei immer wieder spannende, persönliche, traurige oder skurrile Geschichten, die mehr oder weniger bekannte Persönlichkeiten über sich oder ihre Zeitgenossen erzählen. Nicht immer sind diese Geschichten wahr, nicht immer falsch, aber immer sind sie persönliche Sichtweisen auf die jeweilige Zeitgeschichte und geben uns Aufschluss über Ereignisse oder Denkweisen vergangener Zeiten.

Viele Podcast-Folgen testen wir zunächst in einem Live-Format vor Ort, begleitend zur Ausstellung, bevor sie später aufgenommen und online gestellt werden. Die Live-Folgen von 2022, darunter zu Henriette Herz, Heinrich Reinhold, Wilhelmine von Sagan und dem Dichter Jean Paul, wurden nach und nach ver-



Die Podcast-Inhalte der „LeseZEIT“ stehen immer im Zusammenhang mit der Sammlung und den Ausstellungen des Museums Burg Posterstein. (Foto: Museum Burg Posterstein)

tont und veröffentlicht. Die Live-Podcast-Folgen von 2023 beschäftigen sich, parallel zur aktuellen Sonderschau, mit dem Schriftsteller Hans Fallada in Posterstein und Tannenfeld. Einmal liest Franziska Huberty aus originalen Briefen und Dokumenten, ein anderes Mal aus den Bauanträgen und Plänen für die Heilanstalt in Tannenfeld, in welcher der spätere Schriftsteller als junger Mann 18 Monate seines Lebens verbrachte. Die Dokumente beschreiben das Konzept und die Architektur der um 1900 hochmodernen psychiatrischen Anstalt. Sie gehören zur Sammlung des Landesarchivs Thüringen – Staatsarchiv Altenburg, und werden in der Ausstellung, im Ausstellungskatalog und im Podcast erstmals veröffentlicht.

Durch die Verknüpfung von Live-Event und Online-Format in Ton und Schrift gelingt nicht nur die nachhaltige und langfristige Aufbereitung von Inhalten, sondern auch die Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen.



Live-Ausgabe einer Podcast-Folge bei der Eröffnung der Sonderschau „Sehnsuchtsziel Italien“ im Hof der Burg Posterstein. (Foto: Museum Burg Posterstein)

Den Podcast produzieren die Museumsmitarbeiterinnen komplett selbst im Rahmen ihrer Arbeitszeit. Der Ablauf sieht so aus: Zunächst wird die Folge als Text geschrieben und abgestimmt, dann am Mikrofon gesprochen, anschließend noch einmal geschnitten und gemischt. Schließlich werden Text, Bilder und Audio-Datei im Museumsblog veröffentlicht. Da der Zeitaufwand hoch ist, erscheinen die „LeseZEIT“-Folgen unregelmäßig. Sie werden über die Social-Media-Kanäle des Museums beworben beziehungsweise der Podcast kann per E-Mail oder RSS-Feed oder über verschiedene Podcast-Dienste wie Spotify oder Google Podcasts abonniert werden.

Bewusst wurde der Podcast 2021 in den bereits etablierten Museumsblog integriert. Wer möchte, kann die historischen Texte, die manchmal schwer

verständlich sind, beim Hören mitlesen. Darüber hinaus werden so die bereits vorhandenen Blog-Abonentinnen und -Abonnenten auch auf neue Podcast-Inhalte aufmerksam gemacht. Der über zehn Jahre alte Museumsblog des Museums hat pro Jahr über 280.000 Aufrufe, mit steigender Tendenz. Die „LeseZEIT“-Unterseite zählt dabei zu den Top 10-meistgeklickten Seiten und auch die einzelnen „LeseZEIT“-Blogposts werden häufiger aufgerufen als „normale“ Blogposts.

Die aufwändige, aber kostengünstige Eigenproduktion lohnt sich dennoch: Einmal recherchierte Inhalte werden in abgewandelter Form verschiedenen Zielgruppen zugänglich gemacht. Die Audio-Dateien stehen auch der weiteren musealen Arbeit zur Verfügung und werden gegebenenfalls in die Ausstellungen vor Ort eingebunden.

Ein besonders wichtiger Aspekt: Dieses Podcast-Format erweckt auch die darin vorgestellten historischen Persönlichkeiten zum Leben. In ihrer eigenen Wortwahl und mit ihren individuellen Sorgen und Nöten werden sie von der nüchternen historischen Information wieder zu Menschen.

Durch die persönliche Ansprache durch „echte Museumsmitarbeiter“, die Besucher auch vor Ort zur Führung oder an der Museumskasse wiedertreffen, ergibt sich ein enger Austausch mit dem Publikum und neue Vernetzung entsteht. Unter anderem auch durch die „LeseZEIT“ wird das Museum Burg Posterstein nahbarer, persönlicher und weniger abstrakt. Das macht die Museumsarbeit transparent und verständlich. Daher ist es auch für große Museen lohnenswert, Formate mit persönlichem Charakter in Erwägung zu ziehen, was viele skandinavische Einrichtungen übrigens längst verstanden haben.

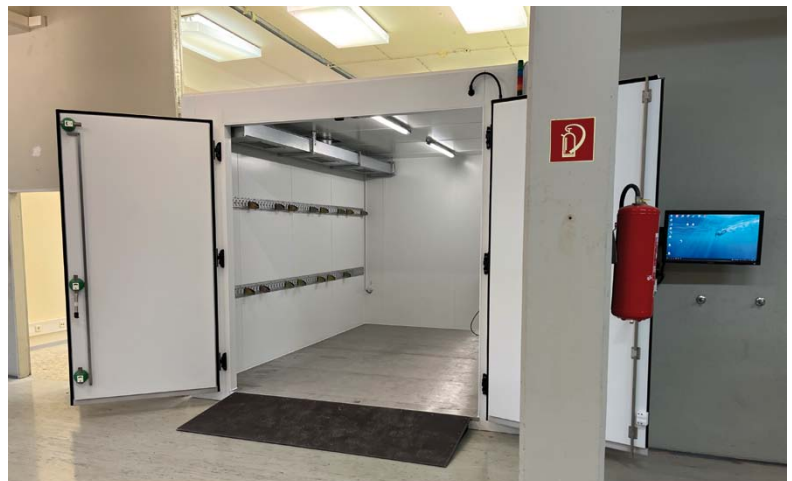
Marlene Hofmann

Mit dem feuchteregulierten Warmluftverfahren gegen Schadinsekten Eine Wärmekammer für das Außendepot des Thüringer Landesmuseums Heidecksburg

Durch die Baufälligkeit einzelner Gebäudeteile des Schlosses Heidecksburg in Rudolstadt und die kürzlich im Auftrag der Stiftung Thüringer Schlösser und Gärten begonnenen Schadensermittlungen und Sicherungsmaßnahmen war es in den letzten beiden Jahren notwendig, neben Ausstellungsbereichen auch Depots zu beräumen. Dazu zählten die Depoträume der Geologischen, Mineralogischen und Paläontologischen Sammlung als auch das Depot im ehemaligen Marstallgebäude. Dort lagerte ein Großteil der Möbel, Gemälderahmen, Skulpturen und volkskundlichen Objekte des Museums. Da es im Schlossareal keine alternativen Unterbringungsmöglichkeiten gab und zudem zukünftig weniger Platz für das Museum zur Verfügung stehen wird, war es notwendig, geeignete Räumlichkeiten für ein Außendepot zu finden. Nach langwieriger Suche konnte schließlich im Oktober 2022 eine Industriehalle im nahe gelegenen Bad Blankenburg dafür langfristig angemietet werden.

Als Erstes mussten die über 1.000 Einzelobjekte aus dem Marstallgebäude in das neue Depot umgesetzt werden. Da die aus dem schlechten baulichen Zustand resultierenden ungünstigen klimatischen Bedingungen einen Anobienbefall an mehreren Möbeln begünstigt haben, ergab sich die Notwendigkeit, sämtliche Holzobjekte im Laufe des Umzuges prophylaktisch gegen die Schadinsekten zu behandeln. Grundsätzlich kamen hierfür vier übliche Methoden für die Insektenbekämpfung in Frage – die Kohlendioxidbegasung, ein vollständiger Sauerstoffentzug unter Einsatz von Stickstoff, die Abtötung

durch Kälte oder durch Wärme. Außerdem galt es zu klären, wie die Behandlung logistisch am besten umgesetzt werden konnte – in einer stationären Kammer, einem mobilen Anhänger/Container oder in einer Einhausung im Depot. Bei der Entscheidungsfindung mussten die konservatorische Unbedenklichkeit, die zur Verfügung stehende Zeit, die personellen Ressourcen sowie die Nachhaltigkeit in ökologischer als auch finanzieller Hinsicht berücksichtigt werden. In Abwägung dieser Punkte fiel die Wahl letztendlich auf den Ankauf einer stationären Behandlungskammer für das Außendepot, die das feuchteregulierte Warmluftverfahren (Thermo Lignum® WARMAIR Verfahren) nutzt. Damit sollte eine



Die Wärmekammer kurz nach dem Einbau im Dezember 2022. (Foto: Lars Krauß, Thüringer Landesmuseum Heidecksburg)

eigene, stets zur Verfügung stehende und schnell arbeitende Möglichkeit zur schonenden Behandlung der Objekte des Museums als Teil der integrierten Schädlingsbekämpfung geschaffen werden.

Entscheidende Faktoren für die Wahl einer Wärmekammer waren:

- Das Verfahren ist eine nachgewiesene schonende Behandlungsmethode, die seit über 30 Jahren etabliert und für fast alle in unserem Museum vorhandenen Objekte aus Holz, Textilien, Papier oder Leder beziehungsweise Fell anwendbar ist.
- Je nach den Dimensionen der Objekte dauert die Behandlung in der Regel zwischen 16 und 24 Stunden. Andere Verfahren hingegen benötigen teils über einen Monat.
- Es ist eine chemiefreie Methode, die das Abtöten von Insekten, wie Käfern, Motten und Papierfischchen, in allen Entwicklungsstadien ermöglicht.
- Die unmittelbaren Betriebskosten sind überschaubar, da nur Strom und Wasser benötigt werden. Es müssen keine Kohlenstoffdioxid- oder Stickstoffflaschen ausgetauscht oder eine In-situ-Stickstoffproduktion betrieben werden. Bei letzterem ist außerdem die Rechtslage zur Nutzung noch nicht abschließend geklärt.

Während der nächsten Jahre stehen weitere Umlagerungen von Beständen in das Außendepot an, wofür ebenfalls der Einsatz der Wärmekammer nötig sein wird. Zudem wird an den vier Standorten des Museums mit ihrem historischen Gebäudebestand auch zukünftig mit vereinzelt Befällen an Objekten zu rechnen sein – trotz aller präventiver Maßnahmen. Mit einer eigenen schnell verfügbaren Möglichkeit dagegen vorzugehen, kann langfristig auch Kosten sparen, da Behandlungen nicht mehr extern durchgeführt werden müssen. Ein weiterer

Punkt, der für die Anschaffung einer Wärmekammer sprach, war der Wunsch, zukünftig den Einsatz von Insektiziden deutlich zu verringern, um mögliche Gefährdungen für die Gesundheit der Mitarbeiter und potenzielle Veränderungen an den Objekten zu minimieren. Zudem zeigt unsere Erfahrung, dass der Einsatz von chemischen Insektiziden – selbst durch eine Fachfirma – nicht immer den erwünschten Erfolg erzielt, beispielsweise bei der freien Vernebelung von Pyrethrum beziehungsweise Pyrethroiden in einem Raum zur Bekämpfung von Kleidermotten oder Pelzkäfern.

Funktionsweise des Verfahrens und Aufbau der Kammer

Bei dem feuchteregulierten Warmluftverfahren (Thermo Lignum® WARMAIR Verfahren) werden die Objekte bis in ihren Kern langsam auf die für die Schadinsekten letale Temperatur erwärmt, je nach Art zwischen 48 und 55 °C. Diese wird mindestens eine Stunde lang gehalten. In Anlehnung an das Keylwerth'sche Diagramm wird beim Erwärmen die zugeführte Luft kontrolliert befeuchtet und beim langsamen Abkühlen entfeuchtet, wodurch der Feuchtigkeitsgehalt des Objektes bei den sich verändernden Temperaturen gleichbleibt. Dadurch wird verhindert, dass durch Schrumpfen oder Ausdehnen aufgrund der Feuchtigkeitsschwankungen Schäden entstehen, beispielsweise an einem Furnier oder einer vergoldeten Holzoberfläche. Temperaturänderungen sind diesbezüglich von wesentlich geringerer Bedeutung.

Die aus isolierenden Sandwichpaneelen zusammengesetzte Kammer wurde nach unserer Maßvorgabe (Innenmaß H: 2,5 m; B: 3 m; T: 4 m)

gefertigt. Die Größe orientiert sich neben dem vorhandenen Platzangebot im Depot auch an den Maßen der größten Sammlungsobjekte, die potenziell behandelt werden müssten. Die Höhe der Kammer ermöglicht es, Objekte auf zwei Ebenen zu platzieren, um den Raum möglichst effektiv zu nutzen. Ein neben der Kammer aufgestelltes Aggregat mit einer getrennten Zu- und Abluftverbindung nach außen enthält die Technik zur thermischen Regelung und Luftbefeuchtung. Die Steuerung der Behandlung erfolgt über einen Computer und kann mittels Onlinezugriff überwacht werden. Im Inneren der Kammer befinden sich mehrere Sensoren, die die Klimawerte und den Luftstrom kontrollieren. Ein Temperaturfühler in einem hölzernen Referenzblock simuliert die Kerntemperatur der zu behandelnden Objekte. Um die Parameter für die jeweilige Behandlung möglichst passend zu wählen, sollte die Kammer idealerweise mit Objekten bestückt werden, die gleiche Materialeigenschaften und Dimensionen besitzen, zum Beispiel Möbel mit ähnlicher Holzdicke.

Erste Erfahrungen und Ausblick

Für die bisherige Nutzungszeit der Thermokammer können wir ein positives Fazit ziehen. Die schnelle Behandlungsdauer ermöglichte es uns, die große Anzahl an Möbeln und anderen Objekten aus dem Marstall innerhalb weniger Monate zu bewältigen. Zunächst wurde die Kammer primär für Möbel mit Textilien und Polsterungen genutzt, um mögliche, auf den ersten Blick nicht erkennbare Kleidermottenlarven unschädlich zu machen. Tatsächlich sichtbare frische Anobienbefälle an ein paar Holzobjekten konnten der Beobachtung nach gestoppt werden.



Nutzung der Kammer auf zwei Ebenen mit Objekten ähnlich starker Holzquerschnitte. (Foto: Lars Krauß, Thüringer Landesmuseum Heidecksburg)

Möbel mit Fassung, Vergoldung, Intarsien, beschädigtem Furnier oder schon vorhandenen Rissen, deren Zustand durch starke klimatische Schwankungen mutmaßlich besonders beeinträchtigt werden könnte, haben wir nach der Behandlung mit dem Vorzustand verglichen, ohne Veränderungen festzustellen. Künftig soll anhand von Testobjekten die Temperatureinwirkung auf spezielle Tierpräparate geprüft werden, deren Körper teilweise mit Wachs modelliert wurden und bei denen es möglicherweise zu Verformungen kommen könnte.

Da unter den Holzobjekten einzelne Stücke vorhanden sind, die früher mit Holzschutzmitteln wie

Hylotox behandelt worden waren, war es nötig, die Anlage mit einem zusätzlichen Filter zu planen, um die Abluft von flüchtigen Schadstoffanteilen zu reinigen. Mit einer in unserer Kammer erstmals integrierten Erweiterung des Behandlungsprozesses soll zukünftig erprobt werden, die Schadstoffe in den betreffenden Objekten zu reduzieren. Dafür sollen diese durch mehrfaches Erwärmen über einen Zeitraum von zwei bis drei Tagen wiederholt aktiviert und während des Ausgasens durch den Luftaustausch herausgefiltert werden. Um die Wirkung nachzuweisen, sind entsprechende Beprobungen der Objekte im Vorher-Nachher-Vergleich notwendig.

Die Wärmekammer konnte nur dank einer umfangreichen Förderung durch die Thüringer Staatskanzlei angeschafft werden. Dadurch ist das Thüringer Landesmuseums Heidecksburg das erste Museum in Mitteldeutschland, das eine solche Kammer besitzt. Von Beginn der Planung an bestand die Absicht, diese langfristig auch anderen Museen zur Verfügung zu stellen. So wird es voraussichtlich ab Ende des Jahres möglich sein, Objekte gegen Erstattung der Unkosten behandeln lassen zu können. Anfragen dafür können an l.krausse@heidecksburg.de gestellt werden.

Lars Krauß

Die Leuchtenburg als Zucht-, Armen und Irrenhaus

Neuer Zugang durch digitalen Spiegel



In ihrer rund 800-jährigen Geschichte hatte die Leuchtenburg bislang drei unterschiedliche Nutzungsepochen: die eines Verwaltungssitzes (1200–1700), die eines Zuchthauses (1724–1871) und die einer touristischen Erholungs- und Bildungsstätte (1873 bis heute).

Historischer Kontext

Das Museum hat eine heimatgeschichtliche Basis und fokussiert sich seit mehreren Jahrzehnten auf die eigene Burggeschichte und die Geschichte des Thüringer Porzellans.



Sonnenaufgang über der im Nebel gehüllten Leuchtenburg im Jahr 2023. (Foto: Daniel Suppe, Stiftung Leuchtenburg)



Friedrich II. von Sachsen-Gotha-Altenburg regierte von 1691 bis 1732. (Foto: Stiftung Leuchtenburg)

Herzog Friedrich II. von Sachsen-Gotha-Altenburg, als Initiator des Leuchtenburger Anstaltsbetriebes, hatte bereits 1705 die Einrichtung des Altenburger Magdalenenstifts möglich gemacht und ließ 1717 das dortige Waisenhaus ausbauen. Für die Leuchtenburg bedeutete die neue Nutzungsepoche im Zeitalter der Aufklärung eine bauliche Veränderung und damit einhergehend auch einen baulichen Erhalt. Im Fokus der neu im Sommer 2023 erweiterten Ausstellung im ehemaligen Wehrturm der Leuchtenburg steht die eher düstere Epoche als Zucht- und Irrenhaus sowie einer Armenanstalt. 5.192 Personeneinträge sind im Register notiert, hinter denen 4.669 Menschen stehen, die zur Besserung hinter

die dicken Burgmauern gesperrt wurden. Hinter diesen Zahlen steckt eine gewisse Rückfallquote, denn einige Insassen waren mehrfach hier, der längste Aufenthalt dauerte ganze 60 Jahre. Bereits im Jahr 2005 wurde hier eine Ausstellung zur Zuchthauszeit installiert, die im Ober- und Untergeschoss des Turmes von den Lebensbedingungen und dem Alltag der Strafanstalt berichtet. Nun sind zwei neue und digitale Elemente in den Turm gezogen, die ein tieferes Verständnis der Lebensbedingungen vergangener Jahrhunderte entstehen lassen sollen.

Die Idee – neue Ausstellungsvermittlung

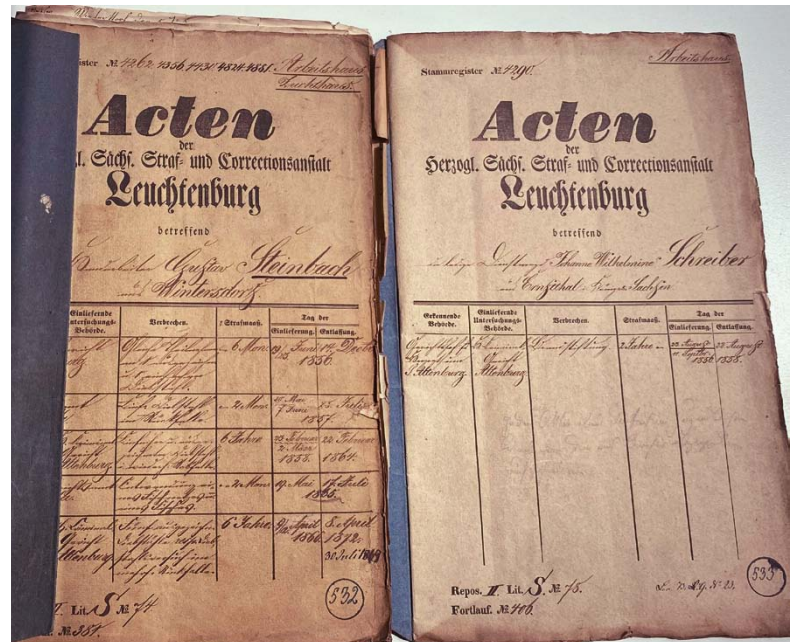
Die Aufgabe bestand darin einen Weg zu finden, wie aus der großen Zahl an Insassen ein emotionaler Zugang zu den Schicksalen der Einzelnen erreicht werden kann und wie ein Eintauchen in die Lebensumstände von damals möglich wird, ohne dass man sich von der Zahl der Tausenden abschrecken lässt und ohne Berge von Akten lesen zu müssen. So entstand die Idee eines Spiegels, der über digitale Inhalte und Steuerung wie im Märchen zu sprechen beginnt. Der Gast von heute sieht zunächst sein eigenes Ebenbild, um den sich in weißen Linien die Umrisse eines Zuchthausinsassen von „damals“ formen. Dann beginnt in Ich-Form das digitale Spiegelbild zu sprechen und seine Geschichte zu erzählen. Aus der Menge an Schicksalen wurden sechs ausgewählt. Die Geschichten sind jeweils drei Minuten lang. So erzählt beispielsweise der 17-jährige Johann Christlieb Planert, warum er 1745 inhaftiert und am nächsten Tag vom Zuchtmeister totgeprügelt wurde und was bei der Obduktion seines Leichnams herauskam. Susanna Marie Rendler berichtet, wie sie 1740 ins Zuchthaus kam, weil sie nach einer

Vergewaltigung als Ehebrecherin angeklagt wurde. Das daraus entstandene Kind verlor sie, wie auch später noch weitere. Sie blieb noch bis zu ihrem Tod mit 76 Jahren im Armenhaus der Burg. Johann August Rothe erzählt, warum er als Ausbrecherkönig der Leuchtenburg galt, liest seinen Abschiedsbrief vor, der als Beweismittel der Flucht in den Akten aufbewahrt wurde und nennt Details seines spektakulären Ausbruchs. Gottlieb Friedrich Arge schließlich schwärmt verliebt von seiner Mitinsassin Dorothea, mit der er 1756 einen unerlaubten und romantischen Briefwechsel führte.

Der digitale Spiegel, der in unterschiedlichen Ansichten und Brechungen sein Gegenüber reflektiert, wurde dafür in eine raumhohe polygonale Skulptur gefasst, die allein für sich bereits Aufmerksamkeit erzeugt. In einer weiteren Raumnische steht ein sich dem Spiegel unterordnender mannshoher Monitor, eingefasst in eine Stahlkonstruktion mit rostiger Optik. Über ein Touchdisplay ermöglicht dieser eine umfassende Einsicht in die Datenbank aller Häftlinge, wahlweise mit zusätzlichen Akten angereichert, für all diejenigen, die aufgrund der emotionalen Ansprache sich auf eine tiefere Vermittlung einlassen wollen.

Die Aktenlage

Die Quellen scheinen nahezu unerschöpflich. Die Aktenlage könnte kaum besser sein. Von Personal- und Kriminalakten, von herzoglichen Kanzleiakten bis zu kirchlichen Chroniken ist eine derart große Zahl an originalen Zeugnissen erhalten, dass bereits jetzt klar ist, lediglich eine erste Basisarbeit geleistet zu haben. Wer schreibt, der bleibt, und es wurde viel geschrieben rund um die Leuchtenburger Strafan-



„Acten der Herzogl. Sächs. Straf- und Correctionsanstalt Leuchtenburg“ aus dem Staatsarchiv Altenburg, 19. Jahrhundert. (Foto: Stiftung Leuchtenburg)

stalt. Der anstaltseigene Pfarrer führte ein fortlaufendes Häftlingsverzeichnis mit Basiseinträgen der Namen, Vornamen, des Standes, des Berufes, der Straftat, des Einlieferungsdatums und der Strafdauer. Im 19. Jahrhundert wurden diese Daten mit Angaben zu Lese- und Religionskenntnissen angereichert, Zensurprotokolle zu Verhaltensauffälligkeiten notiert und sogar Erfahrungen am Kranken- und Sterbebett dokumentiert. Darüber hinaus sind Geburten, Todesfälle und Hochzeiten der Insassen und Bediensteten lückenlos in den Kirchenbüchern der eigenen Zuchthauspfarrstelle verzeichnet und statistisch ausgewertet. Todesstunde, Todesart, Begräbnisort oder

Protokoll zur Übergabe des Leichnams an das anatomische Institut der Jenaer Universität sind erhalten. Im zuständigen Amtsgericht von Kahla wurden Straftaten geführt, sobald ein Insasse oder auch ein Bediensteter der Anstalt eine Straftat beging. Personenbeschreibungen, Zeugenverhöre, Abschieds- und Liebesbriefe, Beweismittel einer Flucht und unzählige Berichte füllen die Akten. Verwaltungsakten über die wirtschaftliche und finanzielle Versorgung, über Personal, bewachendes Militär und herzogliche Erlasse bilden ein weiteres Konvolut.

Die Herangehensweise

Eine günstige Mischung aus einem unstillbaren Wissensdrang nach allem, was zur Leuchtenburg gehört und noch unberührt in Archiven schlummert, Aufga-

benverlagerungen in musealen Häusern in Zeiten von monatelangen Schließungen, gezielter Förderpolitik der Kulturstiftung des Bundes für digitale Projekte (dive.in) und die berühmte Gunst der Stunde ließen zur Tat schreiten: Seit Januar 2021 wurden und werden in einem Kooperationsprojekt zwischen dem Staatsarchiv Altenburg, der Stiftung Leuchten-



Blick auf den digitalen Spiegel im Münzturm der Leuchtenburg. (Foto: Andreas Matthes, KOCCOC Exhibitions)



Detailansicht des digitalen Spiegels. (Foto: Andreas Matthes, KOCCOC Exhibitions)

burg und der Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek bislang 918 Akten gelesen, registriert, digitalisiert und sukzessive in das Onlineportal des digitalen Archivs des Landesarchivs Thüringens eingestellt. Die Stiftung übernahm und übernimmt das Lesen, Registrieren und Digitalisieren in Eigenleistung, unterstützt vom Förderkreis der Leuchtenburg und einzelnen Lesehelfern, die Hilfe anboten. Parallel wurde im Kirchenarchiv die Dokumentation der anstaltseigenen Pfarrer, zugleich Seelsorger und Chronisten, digital aufgearbeitet.

Es profitieren alle davon: Die Leuchtenburg kann ihre eigene Burggeschichte aufarbeiten, das Staatsarchiv erschließt seine Bestände und die Öffentlichkeit kann für Familienforschungen oder Ortschroniken digital und kostenfrei auf das Wissen zugreifen.

Möglichkeiten digitaler Vermittlungsebenen

Die übergeordnete Fragestellung war, wie museale Inhalte digital, zielgruppenspezifisch, interaktiv und niedrigschwellig vermittelt werden können und somit eine tiefere Identifikation erreicht wird als bei klassischen Vermittlungsebenen. Bislang gehen digitale Vertiefungsformate in Ausstellungen häufig davon aus, dass Besucher gezielt nach Informationen suchen möchten. Dies setzt ein besonderes Interesse am Thema und teilweise eine Vorkenntnis voraus. Häufig muss man bereits wissen, wonach man sucht. Doch im Projekt des digitalen Spiegels der Leuchtenburg wird mit dem digitalen Bild, das sich über das eigene Spiegelbild legt, das eigene Ich angesprochen und somit eine persönliche Identifikation erreicht. Über den eigenen Gesichtszügen bilden sich im digitalen



Touchscreen mit der Datenbank aller Häftlinge. Per Suchalgorithmen erschließen sich Namen, Herkunftsorte, Straftaten und Berufe aller Insassen. Dieses Tool wird sukzessive um Aktenbestände angereichert. (Foto: Stiftung Leuchtenburg)

Spiegel weiße Linien, die nach und nach die Umrisse eines ehemaligen Burgbewohners erkennen lassen, ob nun Häftling, unschuldig Inhaftierter oder Insasse des Armenhauses. Die Gesichtsphysiognomie wurde dafür mittels digital entstehender Zeichnungen den ehemaligen Häftlingssteckbriefen, sogenannter Signalements, authentisch entnommen. Die Vermittlungsebene kann ein neues und tiefes Verständnis der Lebensumstände vergangener Jahrhunderte erreichen.

Wie geht es weiter?

Im Jahr 2024 jährt sich zum 300. Mal die Errichtung des Leuchtenburger Zucht-, Armen- und Irrenhauses und eine Vielzahl an Forschungs- und Ausstellungsschwerpunkten sind geplant. Die Digitalisierung und Aktenerschließung wird fortgeführt, die Datenbank erweitert und sukzessive veröffentlicht.

Wer war beteiligt?

Die Ausstellungsgestaltung übernahm das Team von Kocmoc.net aus Leipzig. Die Filmdrehbücher erarbeitete in Kooperation mit der Stiftung Leuchtenburg Jan Wünsche von der FORM-ID aus Berlin. Die Firma blendFX aus Leipzig realisierte die filmi-

sche Umsetzung, Programmierung und die künstlerische Zeichnung im Spiegel, die Firma Content & Code aus Leipzig übernahm das Design und die Programmierung der Datenbank, die Technik lieferte TZ-Consult aus Markkleeberg, den Ausstellungsbau fertigten die Firmen Machwerk aus Radebeul sowie die Tischlerei Büchner aus Reichenbach. Der inhaltlichen Aufarbeitung widmeten sich der Förderkreis der Leuchtenburg sowie die Stiftung Leuchtenburg. Die Akten wurden durch das Staatsarchiv Altenburg und das Pfarrarchiv Hummelshain zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung erfolgte mit Eigenmitteln der Stiftung Leuchtenburg sowie Fördermitteln der Kulturstiftung des Bundes im Projekt dive.in.

Ulrike Kaiser

Personalia



■ **Klemens Petukat**, GlockenStadtMuseum Apolda



Während seines Studiums der Geschichte, Klassischen Archäologie, Anglistik und Nordamerikastudien in Jena zog Klemens Petukat 2014 nach Apolda. Zwischenzeitlich arbeitete er als Lehrer, bevor er im Mai 2023 die Nachfolge von Rena Erfurth als Leiter des GlockenStadtMuseums Apolda antrat. Die Institution steht kurz vor umfangreichen Veränderungen im Zuge der beschlossenen Sanierung. Schwerpunkte der Neuausrichtung bilden für Klemens Petukat die Digitalisierung und ein breit gefächertes intellektueller Zugang zur Ausstellung und Nachhaltigkeit.

■ **Karin Kosicki**, Zentrale Restaurierungswerkstätten der Museen der Stadt Erfurt



Im Jahr 1981 begann Karin Kosicki nach Abschluss des Studiums ihre Tätigkeit als Restauratorin im damaligen Erfurter Museumsverband. Seit 1985 gab es eine Abteilung Restaurierung innerhalb des Verbandes „Museen der Stadt Erfurt“, welche Karin Kosicki von Beginn an leitete. Daraus entstanden 1993 die Zentralen Restaurierungswerkstätten, die mit Restauratorinnen und Restauratoren verschiedener Fachbereiche für die konservatorische und restauratorische Betreuung aller städtischen Museen und Galerien Erfurts zuständig sind. Darüber hinaus entwickelte sich eine Zusammenarbeit mit dem Museumsverband Thüringen e. V., unter anderem in Bezug auf Weiterbildungsveranstaltungen oder restauratorische Beratung von Thüringer Museen. Bis zum Ende ihrer Dienstzeit im August 2023 war Karin Kosicki als Chefrestauratorin in den Zentralen Restaurierungswerkstätten tätig.
(Foto: Dirk Urban)

■ **Ingo Weidig**, Hennebergisches Museum Kloster Veßra



Am 1. September 2023 übernahm Ingo Weidig die Direktion im Hennebergischen Museum Kloster Veßra als Nachfolger von Claudia Krahnert. Der Thüringer studierte in Jena Volkskunde/Kulturgeschichte im Hauptfach. Nach dem Volontariat war er von 2011 bis 2017 Leiter des Archivs und der Sammlung am Dornier Museum Friedrichshafen. Daneben übernahm er dort die Planung von Ausstellungen sowie die Mitarbeit an internationalen Großprojekten. Für Ingo Weidig ging es 2018 an den PS.SPEICHER Einbeck, Europas größte Fahrzeugsammlung, wo er den Bereich Museumspädagogik neu gliederte, erweiterte und unter anderem den Landeswettbewerb von Jugend forscht „Schüler experimentieren“ organisierte. Im Hennebergischen Museum Kloster Veßra freut er sich vor allem auf die Vielfalt der Themen und Aufgaben. Es ist sein Ziel, das Museum als Ort der Begegnung und außerschulischen Lernort zu profilieren. Außerdem will er eine Neukonzeption vorlegen, die vor allem die Besucherorientierung noch stärker in den Blick nimmt.

(Foto: Markus Yannikakis, Stiftung PS.SPEICHER)

■ **Peter Arfmann**, Waffnenmuseum Suhl



Am 1. März 2007 übernahm Peter Arfmann die Leitung des Waffnenmuseums Suhl. Das historische Malzhaus, in dem sich das Museum befindet, wurde zu dieser Zeit rekonstruiert und modernisiert. Seine Arbeit begann mit der Planung und Umsetzung einer neuen Dauerausstellung. Unterstützung erhielt Peter Arfmann von einem Team aus Fachleuten, sodass das Spezialmuseum zur Kultur- und Technikgeschichte der Suhler Handfeuerwaffenfertigung am 8. Juni 2008 eröffnet werden konnte. Insgesamt besuchten seit 2008 mehr als 550.000 Besucherinnen und Besucher aus über 20 Ländern das Waffnenmuseum. Der Museumsverband Thüringen e. V. verlieh dem Museum unter seiner Leitung 2016 das Museumssiegel. Eine große Herausforderung in den letzten Jahren war der Umzug des gesamten Magazins in das Haus der Geschichte in der Innenstadt von Suhl, den Peter Arfmann begleitete. Insgesamt zogen 2.500 Handfeuerwaffen und 15.000 volkskundliche Exponate und eine große Fachbibliothek um. Die Eröffnung fand am 14. Mai 2022 statt. Damit verfügt das Waffnenmuseum Suhl über eines der modernsten Magazine Thüringens. Am 1. Oktober 2023 trat Peter Arfmann seinen Ruhestand an.

(Foto: Waffnenmuseum Suhl)

Offizielle deutsche Übersetzung der neuen ICOM-Museumsdefinition



Im Rahmen der 26. Generalkonferenz des Internationalen Museumsrats ICOM wurde in Prag die neue, weltweit gültige Museumsdefinition verabschiedet.

A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.

Im Juli 2023 wurde von den Nationalkomitees ICOM Belgien, ICOM Deutschland und ICOM Schweiz eine offizielle deutsche Übersetzung vorgelegt. Diese lautet:

Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv, fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch.

Die Museumsdefinition ist ein zentraler Bezugspunkt für die Arbeit von Museen weltweit. Sie gibt eine klare Richtlinie für die Aufgaben und Funktionen von Museen und unterstreicht ihre gesellschaftliche Verantwortung. Die einheitliche deutsche Übersetzung ermöglicht eine bessere Verständigung und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Ländern und Institutionen und fungiert als offizielle Version bei ICOM International, so ICOM Deutschland e. V. in der Pressemitteilung vom 10. Juli 2023.

Wie arbeiten Museen und was brauchen Sie dazu?

Der Leitfaden „Standards für Museen“ liegt in einer neuen Ausgabe vor

Im Juli 2023 hat der Deutsche Museumsbund e. V. (DMB) den Leitfaden „Standards für Museen“ in einer neuen, grundsätzlich überarbeiteten und erweiterten Auflage veröffentlicht. Wie schon mit der Ausgabe aus dem Jahr 2006 stellt der DMB damit eine Publikation in den Mittelpunkt seiner Leitfaden-Reihe, die von nun an von allen, die in und für Museen arbeiten, aber im Besonderen von allen Museumsträgern, als Referenz für eine zukunftsfähige, professionelle und nachhaltige Museumsarbeit herangezogen werden kann und sollte.

Der jetzt erschienene Leitfaden orientiert sich an der neuen ICOM-Museumsdefinition vom Herbst 2022 (siehe Beitrag Seite 65). Gegenüber der bisher gültigen Museumsdefinition wird den gesellschaftlichen Funktionen von Museumsarbeit und ihrer ethischen Selbstverpflichtung eine größere Bedeutung zugemessen. Das spiegelt sich im neuen Leitfaden ebenso wider wie die zentrale Position der nach wie vor hauptsächlichen Arbeitsfelder Forschen, Sammeln, Bewahren, Ausstellen und Vermitteln. Erforderlich wurde die Neuauflage auch, da Museen zahlreiche neue Aufgaben zu erfüllen haben – Digitalisierung und Provenienzforschung sind hierfür nur zwei Beispiele.

Die „Standards für Museen“ wurden von den Herausgebern und vom Autorenteam als Instrument zur Qualitätssicherung konzipiert. Sie zeigen auf, welche besonderen Leistungen Museen erbringen und in welchen Bereichen sie Unterstützung benötigen. Der Leitfaden ist deshalb adressiert an Entscheiderinnen und Entscheider in den Museen, aber auch an Museumsträger sowie Vertreterinnen und Vertreter der

Kulturpolitik. Er soll Museen und ihre Trägerschaften dazu anregen, verstärkt im Austausch miteinander zu arbeiten, um gemeinsam zeitgemäße und hochwertige Museumsarbeit zu ermöglichen.

Gegenüber der Vorgängerausgabe fallen eine neue Gliederung und der veränderte Zuschnitt der Kapitel sowie der Arbeitsfelder auf, für die die Stan-



Titelbild des Leitfadens „Standards für Museen“. (Foto: Deutscher Museumsbund e. V.)

dards definiert und beschrieben werden. Neu ist jetzt eine Doppelseite FORDERUNGEN AN DIE KULTURPOLITIK. Hier werden die für eine an Standards ausgerichtete Museumsarbeit erforderlichen Rahmenbedingungen formuliert und die unerlässlichen Voraussetzungen dafür in acht Thesen aufgezählt. Dieser Forderungskatalog ist übersichtlich, kompakt und auf wesentliche Aussagen konzentriert, sodass er präzise formulierte Argumente, etwa für Diskussionen mit kulturpolitischen Entscheidungsträgerinnen oder -trägern zur Verfügung stellt.

Noch bevor die einzelnen Arbeitsfelder ausführlicher behandelt werden, benennen und beschreiben die Kapitel INSTITUTIONELLE UND FINANZIELLE VORAUSSETZUNGEN und GRUNDWERTE FÜR MUSEEN als grundsätzliche Bedingungen für qualitätvolle Museumsarbeit zunächst die fokussierte Zusammenfassung organisatorischer Voraussetzungen und dann die Anregung, sich mit dem eigenen Selbstverständnis und den Grundwerten von Museumsarbeit auseinander zu setzen. Museen kommen neue beziehungsweise erweiterte Aufgaben als aktive Akteure im Dienst der Gesellschaft zu. Alle musealen Handlungsfelder – die traditionellen ebenso wie die jüngeren – erhalten ihre Relevanz im Hinblick auf diese aktuelle Definition.

Den Kern des Leitfadens bildet die Erläuterung der Standards für die einzelnen ARBEITSBEREICHE, nun zusammengefasst unter Museumsmanagement als Querschnittsaufgabe, Sammlungen erforschen, Sammeln und Sammlungen entwickeln, Sammlungen dokumentieren und qualifizieren, dauerhaft bewahren sowie Ausstellungen konzipieren und realisieren. Damit ist die Arbeit an und mit den Sammlungen gegenüber der Vorgängerausgabe breiter aufgefächert. Ebenso kommt der Vermittlungsarbeit mit einem separaten Kapitel ein höherer Stellenwert zu.

Leitfaden. Standards für Museen - Checkliste Standardkriterien



BILDUNG, VERMITTLUNG UND KOMMUNIKATION GESTALTEN

BILDUNGSKONZEPT UND -PROGRAMM

Mindeststandard

- ✓ Das Museum formuliert und verschriftlicht Ziele für die Öffnung des Museums und für die Vermittlung seiner Inhalte.
- ✓ Das Museum bietet wiederkehrend Bildungsangebote zur Erschließung der Dauerausstellung, der Sammlungen und der Sonderausstellungen an (z. B. Führungen, Workshops, didaktische Materialien).
- ✓ Das Museum berücksichtigt Interessen und Bedürfnisse des Publikums sowie gegenwartsbezogene Fragestellungen.
- ✓ Räume und Ausstattung für analoge sowie digitale Angebote sind vorhanden.

Gehobener Standard

- ✓ Ein Bildungskonzept mit Zielsetzung, Leitlinien und Qualitätskriterien sowie Fundierung in Lerntheorien und -modellen liegt vor und bildet die Basis für die praktische Arbeit.
- ✓ Jedes Haus setzt verbindliche Standards für inklusive, partizipative und nachhaltige Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Diese werden in den Ausstellungen, allen Bildungsprogrammen und bei Online-Angeboten berücksichtigt.

1

Als neues Extra liegen hinter der Printversion kapitelweise über QR-Codes online abrufbare Checklisten. Hier werden die grundsätzlichen Standards jeweils in mehrere Stufen differenziert: Mindeststandards beschreiben als Minimalanforderungen die untere Basis für qualitätvolle Museumsarbeit. Die gehobenen Standards zeigen darüberhinausgehende Entwicklungsperspektiven für Museen mit umfangreicheren Ressourcen auf. Wünschenswerte Aspekte verdeutlichen zusätzliche Spielräume zur Qualitätssteigerung. Damit gibt der Leitfaden den Museen ebenso wie ihren Trägern ein sehr nützliches Werkzeug an die Hand. Die Kriterien sollen bei der Definition von Zielmarken für die Weiterentwicklung von Museen unterstützen. Sie werden von den Autoren aber nicht als starres Schema verstanden. Vielmehr können Museen auf der Basis dieser Checklisten das Niveau ihrer eigenen Arbeit selbst überprüfen, indem sie aus der Vorlage Kennzahlen und Indikatoren ableiten, die ihren individuellen Besonderheiten entsprechen. Das ist unerlässlich, wenn sie Entwicklungsprozesse planen oder Zielvereinbarungen mit ihren Trägerschaften verhandeln. Die Kriterien können auch als Ausgangspunkt für die Gestaltung von Zertifizierungsverfahren oder Förderrichtlinien genutzt werden.

Das neue Erscheinungsbild der Leitfaden-Reihe mit der gut erfassbaren grafischen Gliederung und Hierarchisierung der einzelnen inhaltlichen Elemente sowie besonders hervorgehobenen merksatzartigen Definitionen unterstützt die sehr nutzerfreundliche

Handhabung des Leitfadens. Auch wer nicht täglich mit den Arbeitsfeldern der Museumsarbeit befasst ist, kann sich hier schnell orientieren.

Ein umfangreiches Kapitel mit weiterführender Literatur und Links zu relevanten Websites rundet die Publikation mit Handbuchcharakter ab. Besonders hilfreich ist dabei, dass auch diese weiterführenden Hinweise entsprechend der Kapitelgliederung des Leitfadens geordnet sind, sodass weitere Recherchen zum Thema erleichtert werden.

Der Leitfaden „Standards für Museen“ ist hervorgegangen aus der Zusammenarbeit des Deutschen Museumsbundes e. V. mit dem Deutschen Nationalkomitee des Internationalen Museumsrates (ICOM) Deutschland und der Konferenz für Museumsberatungsstellen in den Ländern. Als allgemein verständliches Grundlagenwerk sollte er allen, die eine Orientierungshilfe im breiten Feld der Museumsarbeit mit deren besonderen Herausforderungen suchen, eine Hilfe sein. Die gut gegliederte Struktur und das übersichtliche Layout erleichtern den Nutzerinnen und Nutzern die Arbeit mit dem Leitfaden.

Angelika Steinmetz-Oppelland

Quelle:

Deutscher Museumsbund e. V., Deutsches Nationalkomitee des Internationalen Museumsrates, Konferenz der Museumsberatungsstellen in den Ländern (Hrsg.): Leitfaden. Standards für Museen, Berlin 2023. Die Online-Version ist verfügbar unter www.museumsbund.de/leitfaden-standards.

Website zu den Novemberpogromen 1938 auf dem Gebiet des heutigen Freistaates Thüringen: Ein partizipatives Projekt

Die Novemberpogrome des Jahres 1938 markierten den Übergang von der Ausgrenzung der Juden im Nationalsozialismus zu ihrer systematischen gewaltsamen Verfolgung. Auch auf dem Gebiet des heutigen Freistaates Thüringen misshandelte und ermordete der nationalsozialistische Mob im November 1938 jüdische Männer, Frauen und Kinder, setzte Synagogen in Brand und zerstörte Wohnungen und Geschäfte jüdischer Eigentümer*innen.

Für viele Orte in Thüringen haben Lokalhistoriker*innen und Geschichtsinitiativen in den vergangenen Jahrzehnten teils umfangreiche Dokumentationen zum Geschehen vor 85 Jahren vorgelegt. Teilweise handelt es sich jedoch um nur schwer zugängliche graue Literatur oder um Publikationen, die schon lange vergriffen sind. Manches ist auch nicht mehr aktuell und zu etlichen Orten gibt es nur fragmentarisches Wissen.

Die vorhandenen Lücken zu schließen und zugleich das disparate lokale Wissen zu bündeln und online verfügbar zu machen, ist das Ziel eines Website-Projektes am Historischen Institut beziehungsweise dem Lehrstuhl für Geschichte in Medien und Öffentlichkeit an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Zum 85. Jahrestag der Pogrome am 9. November 2023 wurde eine Website freigeschaltet, auf der Informationen zu den lokalen Ereignissen im November 1938 wie auch zur Vorgeschichte der jeweiligen jüdischen Gemeinden und den Folgen nach 1938 abgerufen werden können. Die Website soll Interessierten die Möglichkeit bieten, sich einen Überblick zu verschaffen: Was geschah im November 1938 in meiner Heimatstadt? Wer waren die

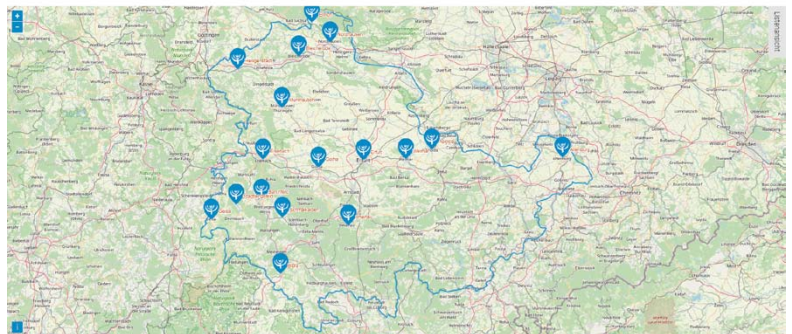
Täter, was geschah mit den Opfern? Welche Spuren lassen sich heute noch finden? Wo finde ich vertiefende Infos zum Weiterforschen? Gibt es vor Ort Geschichts- und Gedenkinitiativen? Um diese Fragen gebündelt zu beantworten, werden zu jedem Ort, an dem im November 1938 Übergriffe auf jüdische Einwohner*innen begangen wurden, Beiträge erarbeitet, die jeweils dieselbe Gliederung haben: Vorgeschichte – Ereignisse im November 1938 – Folgen nach 1938 – exemplarische Biografien – justizielle



HEIMAT
KARTEN
GEGENBUCH
POGROME 1938
PROJEKTE
BLOGG
MEDIENTAG



Die Novemberpogrome 1938 in Thüringen



Die neue Website ist abrufbar unter www.juedisches-leben-thueringen.de/pogrome-1938. (Screenshot vom 09.11.2023)

Ahndung – Spuren und Gedenken – Literatur und Links. Mit technischer Unterstützung der Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek Jena wird die Website auf dem Themenportal „MENORA – neun Jahrhunderte jüdisches Leben in Thüringen“ aufgeführt. Finanziell unterstützt wird das Projekt von der Thüringer Staatskanzlei.

Einbindung ehrenamtlicher Lokalforschung

Vorbild des Projektes ist eine Website zu den Novemberpogromen in Niedersachsen (<https://pogrome1938-niedersachsen.de>), die 2018 als Kooperationsprojekt der Leibniz Universität Hannover mit der Stiftung niedersächsische Gedenkstätten entstand. Wie in Niedersachsen ist das Projekt in Thüringen partizipativ angelegt. Studierende und Heimatforscher*innen oder auch zivilgesellschaftliche Gedenkinitiativen sollen gemeinsam daran arbeiten. Doch ist es für universitär Forschende bisweilen recht schwierig, Kontakt zu Lokalhistoriker*innen aufzunehmen beziehungsweise überhaupt erst einmal zu wissen, dass es Personen gibt, die bereits zu den Pogromen vor Ort geforscht, aber noch nichts publiziert haben, was in den einschlägigen Bibliothekskatalogen zu finden wäre. Hier erwies sich die Unterstützung des Museumsverbandes Thüringen e. V. und des Heimatbundes Thüringen e. V. als unschätzbare Hilfe.

Ein Rundschreiben mit der Bitte um Mitarbeit oder Hinweise auf mögliche Autor*innen brachte einen ebenso unerwarteten wie erfreulichen großen Rücklauf. Es zeigte sich, dass vor allem die Stadtarchivar*innen, die über den Verteiler des Museumsverbandes erreicht wurden (vor allem in kleineren Städten liegt die Leitung des Archivs und des Stadtmuseums oftmals in einer Hand),

vielfach Hinweise auf Personen geben konnten, die sich mit der Geschichte der jüdischen Gemeinden vor Ort und der Novemberpogrome auskennen. Diese Heimatforscher*innen arbeiten teils schon seit Jahrzehnten zur Geschichte der jüdischen Gemeinden und zur NS-Herrschaft in ihrem jeweiligen Wohnort. Dementsprechend gingen in den Tagen nach der Rundmail einige Dutzend E-Mails am Lehrstuhl in Jena ein und etliche Lokalforscher*innen konnten an die Studierenden vermittelt werden. Zudem haben mehrere Heimathistoriker*innen die Aufgabe übernommen, eigenständig Ortsbeiträge für die Website zu verfassen.

Nun ist ein solches Projekt allerdings kein Selbstläufer. Partizipation setzt arbeitsaufwändige Kommunikation und Moderation voraus. Oft handelt es sich bei Heimatforschern um Hobbyhistoriker*innen, die keine entsprechende Ausbildung haben und deren Texte handwerklich und bisweilen auch stilistisch trotz vorab übermittelten Stylesheets den Standards nicht entsprechen (teils gilt das auch für studentische Texte, die einen hohen Bearbeitungsaufwand bedingen). So fehlen bisweilen Belege bei Zitaten, Informationen von Zeitzeugen oder aus NS-Quellen werden unkritisch übernommen oder es wurden bei Abbildungen keine Publikationsgenehmigungen eingeholt. Hier muss behutsam auf Überarbeitung gedrängt werden, ohne zu bevormunden und ohne für die einzelnen Ortsbeiträge ein zu starres Korsett anzulegen – eine bisweilen recht fordernde Tätigkeit.

Auf der anderen Seite bietet das Projekt Heimathistoriker*innen die Chance, ihre Forschungsergebnisse einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Teils jahrzehntelange beharrliche ehrenamtliche Arbeit, die nur selten öffentliche Wertschätzung erfährt, kann dann endlich Früchte tragen. Es ist unglaublich, welche Unmengen von

Wissen und Quellen manche Lokalforscher*innen zusammengetragen haben. Oftmals handelt es sich um Quellen, an die die akademische Forschung nie herankommen würde – private Fotos etwa oder Flugblätter und Zeitungsausschnitte, die in keinem Archiv zu finden sind. Auch für die akademische Seite hat die Zusammenarbeit mit der *civil science*, wie die ehrenamtlich Forschenden neudeutsch genannt werden, einen unschätzbaren Mehrwert.

Aber auch in „klassischen“ Archiven gelang es den Studierenden und ehrenamtlich Forschenden etliche wichtige und bislang nicht veröffentlichte Quellen zur Geschichte der Novemberpogrome und der Verfolgung der Thüringer Juden zusammenzutragen. Darunter befinden sich etwa im Thüringer Staatsarchiv Gotha erfasste Rundschreiben und Anweisungen der Gestapo im Bezirk Erfurt zur Berichterstattung über die Pogrome und zur Organisation der Deportationen nach Belżyce im Mai 1942 und in das Ghetto Theresienstadt im September 1942. Als sehr nützlich erwies sich darüber hinaus das Online-Archiv der Arolsen Archives in Bad Arolsen, das personenbezogene Recherchen zu fast allen in das KZ Buchenwald deportierten Thüringer Juden ermöglicht. Für die erfahrungsgeschichtlich perspektivierte Erarbeitung von Biografien konnten die Forschenden zudem etliche Erinnerungsberichte aus Entnazifizierungs- und Ermittlungsverfahren der frühen Nachkriegszeit heranziehen – Dokumente, die allerdings einer besonderen Quellenkritik unterzogen werden müssen.

Die Ereignisse im November 1938

In manchen Regionen in Deutschland begannen die Pogrome bereits am 7. November 1938, in anderen erst am 11. oder 12. November. In Thü-

ringen verliefen sie dagegen, das zeigen die ausgewerteten Quellen, zeitlich und auch vom Ablauf her recht einheitlich. Fast überall drangen SA- und SS-Mitglieder oder auch Privatpersonen am frühen Morgen des 10. November 1938 in die Wohnungen und Geschäfte jüdischer Einwohner*innen ein, zerstörten das Mobiliar wie auch die Fensterscheiben und misshandelten die Bewohner*innen, die von der Polizei in „Schutzhaft“ genommen und zunächst in Polizeigefängnissen inhaftiert wurden. Auch in die Synagogen brachen die Täter ein. Die größeren, einzeln stehenden Synagogen wurden dabei in Brand gesteckt. In kleineren Orten dienten häufig Wohnhäuser oder kleinere, un-



Die ausgebrannte Synagoge in Erfurt, November 1938. Der Sakralbau am Kartäusering hatte 500 Personen Platz geboten und war 1884 eingeweiht worden. (Foto: Stadtarchiv Erfurt)

mittelbar an Wohnhäuser angrenzende Bauten als Synagogen. Da die Gefahr bestand, dass das Feuer auf angrenzende Gebäude übergrieff, schändeten und zerstörten die Täter hier meistens nur die Inneneinrichtung. Manchmal wurde diese auch auf die Straße getragen und dort angezündet. Nach derzeitigem Stand wurden auf dem Gebiet des heutigen Freistaates Thüringen sechs Synagogen vollständig abgebrannt und 15 zerstört. An vier weiteren Orten verwüstete der Mob Betsäle.

Während die festgenommenen Frauen und Kinder oft noch am selben Tag wieder freigelassen wurden, ließ die Gestapo die in „Schutzhaft“ genommenen Männer am 10. und 11. November 1938 in das KZ Buchenwald deportieren. Mindestens 810 der fast 10.000 nach den Pogromen in das Lager auf dem Ettersberg bei Weimar deportierten Juden kamen aus Thüringer Gemeinden. Viele wurden in Buchenwald brutal misshandelt, einige starben. Die Überlebenden wurden ab Anfang Dezember 1938 nach und nach entlassen. Wer Glück, das nötige Geld und ein Visum hatte, emigrierte ins Ausland. Mit Kriegsbeginn Anfang 1939 war das jedoch kaum noch möglich. Nun mussten die noch in Thüringen lebenden Jüdinnen und Juden in sogenannte Judenhäuser umziehen; ihre Bewegungsfreiheit wurde immer mehr eingeschränkt. Am 10. Mai 1942 erfolgte eine erste Massendeportation in das Ghetto Belżyce im besetzten Polen. Fast alle noch verblie-

benen Juden wurden schließlich am 19. September 1942 in das Ghetto Theresienstadt verschleppt. Kleinere Transporte nach Theresienstadt betrafen danach noch sogenannte „Halbjuden“ und „jüdisch Versippte“. Die jüdischen Gemeinden in Thüringen waren damit ausgelöscht.

Das Projekt ist noch nicht beendet

Am 9. November 2023 wurde die Website freigeschaltet. Das Projekt ist jedoch auf Weiterarbeit angelegt. Zu manchen Orten gibt es bislang nur Kurztex-te, die schrittweise durch längere Einträge ersetzt werden sollen. An anderen Orten bleibt manches ungeklärt. Vielleicht ist auch das eine oder andere Detail in den Texten noch überarbeitungsbedürftig oder es lässt sich präzisieren. Manches bislang unbekannte Foto liegt noch – in seinem Wert unerkannt – in einem Schuhkarton auf dem Dachboden. Wer Informationen oder Fotos hat, wer bislang nur mit einem Kurztext oder gar nicht aufgeführte Orte ausführlich vorstellen möchte: Jede und jeder ist willkommen, an dem Projekt mit- und weiterzuarbeiten. Schicken Sie einfach eine kurze Nachricht an jens.wagner@uni-jena.de. Auch über Kommentare zum Projekt freuen wir uns. Vielen Dank!

Jens-Christian Wagner

„Impulse & Tools für die digitale Kulturvermittlung“ Eine Rezension des museum4punkt0 | workbooks

Sechs Jahre Projektlaufzeit, 28 Projektpartner, davon 27 Museen, 118 Mitarbeiter und unzählige Arbeitsstunden liegen nun in Print- und digitaler Version als Workbook vor. Kann man so viel Inhalt auf 187 Seiten oder 441 KB komprimieren?

Die Projektpartner von museum4punkt0 haben es versucht und die Ergebnisse des deutschlandweit agierenden digitalen Pionierprojektes im neuen Workbook „Impulse & Tools für die digitale Kulturvermittlung“ zusammengefasst, das jetzt unter dem Link www.museum4punkt0.de/museum4punkt0-workbook für jedermann kostenfrei zugänglich ist.

Gestaltung

Die Gestaltung des Buches ist klar und optisch ansprechend. Überaus empfehlenswert ist die Nutzung integrierter QR-Codes, über die sich die Webseite beschriebener Projekte direkt anwählen lassen.

Eine farbliche Codierung zum Beispiel Blau für Infotexte, Rot für eigene Notizen ermöglicht eine schnelle Orientierung. Breite Seitenränder bieten viel Platz für Notizen und Ergänzungen. Einen ähnlichen Zweck erfüllen die einzelnen Passagen nachgestellten Freiräume, gewürzt mit zentralen Fragestellungen an den Leser. Das macht die klassische Druckversion zu einem angenehmen Arbeitsbuch, das man immer wieder zur Hand nehmen und aktualisieren kann. Die Texte sind überwiegend kurz und klar strukturiert. Die knappen Kapitel eignen sich perfekt für den von Unterbrechungen geprägten Arbeitsalltag im Museum und erlauben es, der Pu-



Printversion des Workbooks von museum4punkt0 „Impulse & Tools für die digitale Kulturvermittlung“. (Foto: Maite Kallweit, Stiftung Preußischer Kulturbesitz / museum4punkt0)



Ein QR-Code führt zur vernetzten Webseite des Virtual Reality Projektes „Abenteuer Bodenleben“. (Screenshot vom 25.08.2023, Senckenberg Museum für Naturkunde Görlitz © .hapto GmbH, CCBYSA)

blikation in kleinen Portionen zusammenhängende Erkenntnisse zu entnehmen.

Gewöhnungsbedürftig sind bereits vorgenommene Unterstreichungen in den Texten, die die Kernaussagen verdeutlichen sollen. Darüber hinaus verzichtet das Buch vollständig auf Fußnoten und arbeitet stattdessen mit optisch abgesetzten Zitaten und Addenda in den Seitenspalten. Kurze Checklisten am Ende einzelner Abschnitte bieten Anhaltspunkte für eigene Umsetzungen. Eine Besonderheit sind die beigefügten „Tools“ – durch Rahmung abgesetzte Seiten, ähnlich der aus Schulbüchern bekannten Lernbox, welche zum Beispiel Checklisten zum Projektmanagement oder bestimmte Arbeitsmethoden vorstellen. Besonders charmant sind die dem Autorenverzeichnis beigefügten Bilder. Ein spannender Artikel kann somit direkt einem Gesicht auf einer Tagung zugewiesen werden und erleichtert es, ins Gespräch zu kommen – ein erklärtes Projektziel.

Inhalt

Das Workbook ist eine Symbiose aus Projektvorstellungen, einer Auflistung von Methoden zur Projektentwicklung und Durchführung, aber auch kritischer Selbstanalyse. Die Darstellung von über 40 Einzelprojekten, Werkzeugen und Erfahrungswerten lässt das Workbook bei stringenter Lektüre etwas unübersichtlich erscheinen. Dies ist vor allem dem ehrenvollen Mammutvorhaben geschuldet, alle Aspekte der Umsetzung digitaler Projekte zu berücksichtigen. Das Spektrum hierbei reicht von Projektplanung bis zur Nachnutzung.

Den Einstieg bilden einige geraffte Grundlagen des Projektmanagements und Planungshinweise. Danach widmet sich ein Großteil der Kapitel der

Interaktion mit künftigen Nutzern. Hierbei werden Aspekte der nutzerorientierten und -begleitenden Entwicklung ebenso thematisiert wie von Besuchern generierte Inhalte oder die nutzerkritische Evaluation umgesetzter Projekte.

Die folgenden Kapitel schöpfen weit aus dem digitalen Werkzeugkasten und umfassen unter anderem digitale Ausstellungsräume, Besucherkommunikation via Künstlicher Intelligenz oder Besucherplattformen. Zudem werden analoge Techniken in computergestützter Umsetzung vorgestellt wie Storytelling und Gamifikation. Besonders interessant ist das breite Spektrum unterschiedlicher Realisationen bei Anwendung ein und derselben Methode.

Auch dem Paradebeispiel virtueller Vermittlungstools, der 3-D-Visualisierungen, werden einige Seiten gewidmet. Neben einer angemessenen Klärung der Begrifflichkeiten von Augmented Reality, Virtual Reality zum Beispiel in Form von 360°-Aufnahmen, Extended und Mixed Reality, bestechen die Beiträge durch selbstkritische Analyse und beleuchten klar die Möglichkeiten und Grenzen der Methoden.

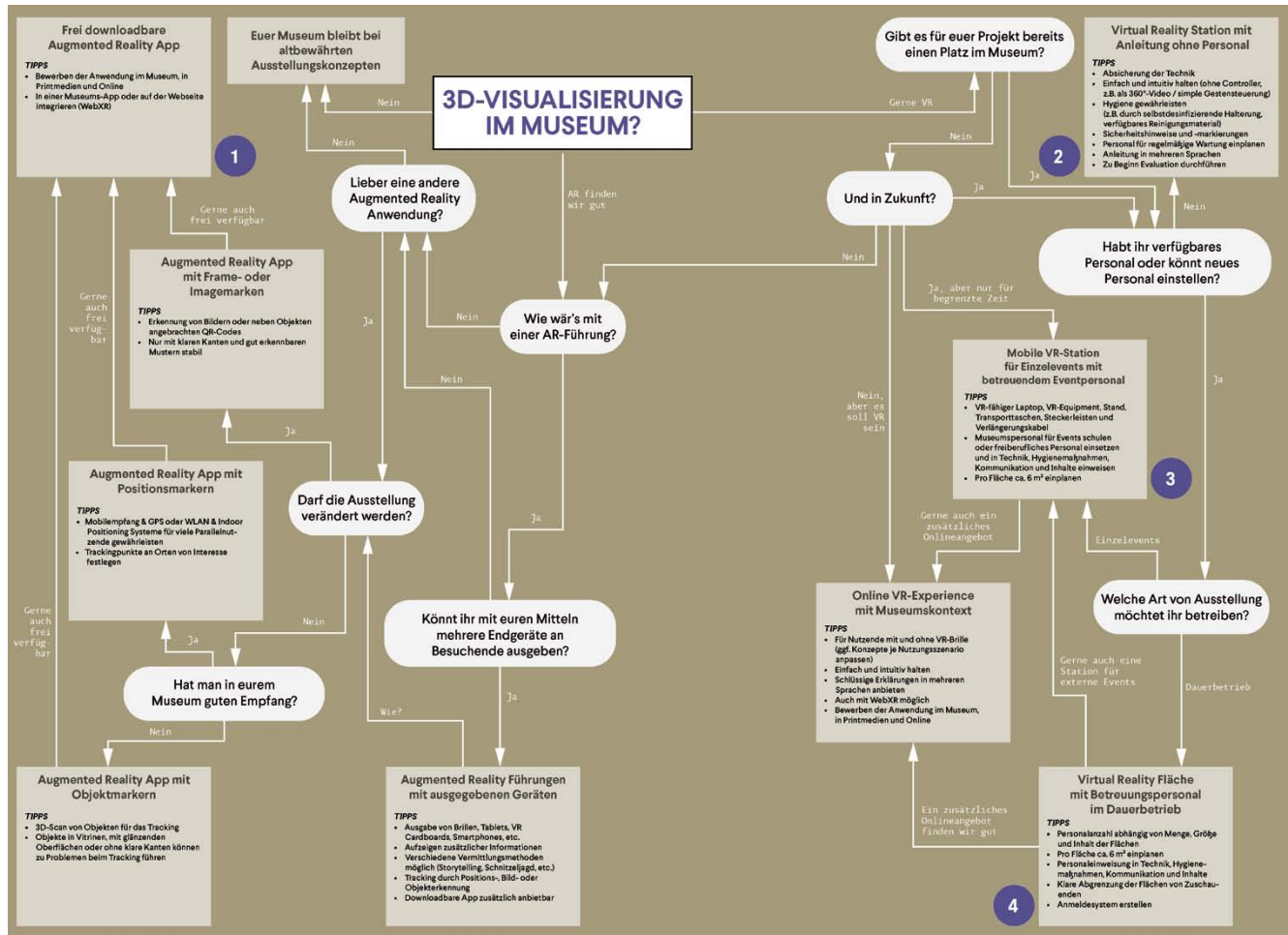
Überaus lobenswert ist die Tatsache, dass neben der Darstellung unterschiedlicher Methoden und Techniken auch Themen wie Kommunikation, Marketing und Vertrieb sowie Strategien zur Nachnutzung und effektive Teamarbeit berücksichtigt werden.

Kritik und Lob

Die große Bandbreite lässt einzelne Aspekte zwangsläufig unvollständig beleuchtet. Allein das Kapitel Marketing würde eine eigene Publikation verdienen. Auch das Kapitel Evaluation könnte noch um einige Hilfestellungen zum Beispiel kostenfreie Webtools ergänzt werden. Den größten Mehrwert stellen hier die

den zahlreichen Projektpräsentationen nachgestellten Erfahrungswerte dar. Sie reichen von Ansprüchen an die Programmierung bis zu rechtlichen Voraussetzungen und individuellen Lösungsansätzen.

Nicht alle vorgestellten Umsetzungen eignen sich jedoch für kleinere Häuser. So zeigen zum Beispiel die Projektchecklisten, dass diese eher für „digital vorgebildete“ Mitarbeiter *innen oder



Das entwickelte Flussdiagramm kann Leser*innen als wertvolle Entscheidungshilfe für oder gegen eine eigene 3-D-Visualisierung dienen. (Screenshot vom 25.08.2023, Grafik: Deutsches Museum Digital, CC BY-SA 3.0)

Fachfirmen konzipiert wurden. Nicht jedem Museumsmitarbeiter, der den Schritt in die digitale Vermittlung wagen will, werden alle Begriffe sofort verständlich erscheinen. Die an zahlreichen anderen Stellen wunderbar umgesetzte Begriffserklärung fehlen beispielsweise bei MoSCoW-Priorisierung, CTS (Critical Thinking Stations) und JDS (Junge Digitale Sammlungen), was dem im Allgemeinen sehr verständlichem Duktus des Workbooks widerspricht. Des Weiteren sind einige der Tools nicht direkt auf die vorangehenden Kapitel zu beziehen und wirken daher mitunter aus dem Kontext gerissen. Besonders ansprechend ist die kreative Visualisierung des Kapitels Teamwork. Durch die Umsetzung als Chat erhalten alle Leser*innen einen reichen Zitatenschatz, um in der nächsten Besprechung eine neue Teamatmosphäre und produktives Miteinander zu starten.

Fazit

Wird das Buch dem zu Beginn dieser Rezension gestellten Anspruch gerecht? Allein genommen: Nein, denn angesichts der Dimension des Projektes ist dies kaum umsetzbar. Doch wer den digitalverlängerten Arm über die Projektwebseiten in Form zahlreicher QR-Codes nutzt, erhält ein umfangreiches Kompendium an Fallbeispielen und Inspirationen.

Wird das erschienene Buch seinem Titel gerecht? Nach Meinung der Verfasserin: Ja, denn ein Workbook ist es in zweierlei Hinsicht. Neben den Möglichkeiten, eigene Gedanken und Checklisten im Buch zu ergänzen, ist es auch im besten Sinne des Wortes ein Arbeitsbuch, da es die aktuellen Arbeitsstände beeindruckender Projekte vorstellt. Es fasst wertvolle Erfahrungswerte zusammen, inspiriert zu eigenen Umsetzungen und kann die Basis für eine eigene realistische Planung dienen. Die Autor*innen stellen deutlich heraus, dass es kein Lehrbuch, keine allgemeingültige Umsetzungsanleitung bieten kann und will. In jedem Fall ist es ein Kompendium, um mit erfahrenen Kollegen in Kontakt zu kommen.

Persönlich kann ich die Lektüre wärmstens empfehlen. Insbesondere die letzten beiden Kapitel sollten zur Pflichtlektüre vor einem eigenen Projektstart werden. Mit den vorliegenden Ergebnissen werden Grundlagen geschaffen, die eigenen Arbeitsprozesse gezielt zu planen, zu steuern und die Umsetzung selbst als Prozess und Entwicklung zu begreifen.

Manuela Tiersch

Quelle:

Herzberg, Johann (Hg.) (2023): museum4punkt0 | workbook – Impulse & Tools für die digitale Kulturvermittlung. Berlin: Stiftung Preußischer Kulturbesitz. (= museum4punkt0 | Ergebnisse und Berichte aus dem Verbundprojekt). Online verfügbar unter: https://spktrum.spk-berlin.de/receive/spktrum_mods_00000067.

Burgenland Thüringen

Die Marketingkampagne der Thüringer Tourismus GmbH 2024



Von Juli bis September 2024 wird die Thüringer Tourismus GmbH das Burgenland Thüringen gezielt vermarkten. Die Kampagne soll das Image von Thüringen als Burgenland sowie Reichweite, Sichtbarkeit und Wahrnehmung stärken.

Alleinstellungsmerkmal

Im August 2022 fand gemeinsam mit der Thüringer Tourismus GmbH, der Thüringer Staatskanzlei und einigen Vertretern der Thüringer Burgen ein Auftaktmeeting zur Kampagne statt. Dabei wurde die hohe Burgendichte als Alleinstellungsmerkmal identifiziert: Thüringen ist ein Land der Burgen. Im mitteldeutschen Kulturraum hatte sich im Mittelalter und der frühen Neuzeit eine Vielzahl von Herrschaften und Territorien entwickelt, sodass in großer Dichte Burgen von Landgrafen, Grafen, Vögten und Adligen entstanden. Als Zeugen der Geschichte können sie uns auch heute noch tief beeindrucken. Dieses Alleinstellungsmerkmal – im Marketing wird von *Unique Selling Point* (USPI) gesprochen – galt es für die Burgenkampagne zu emotionalisieren. In Thüringen findet jeder seine ganz persönliche Burg. Das ist die Botschaft, die durch die Kampagne vermittelt werden soll.

Zielgruppen

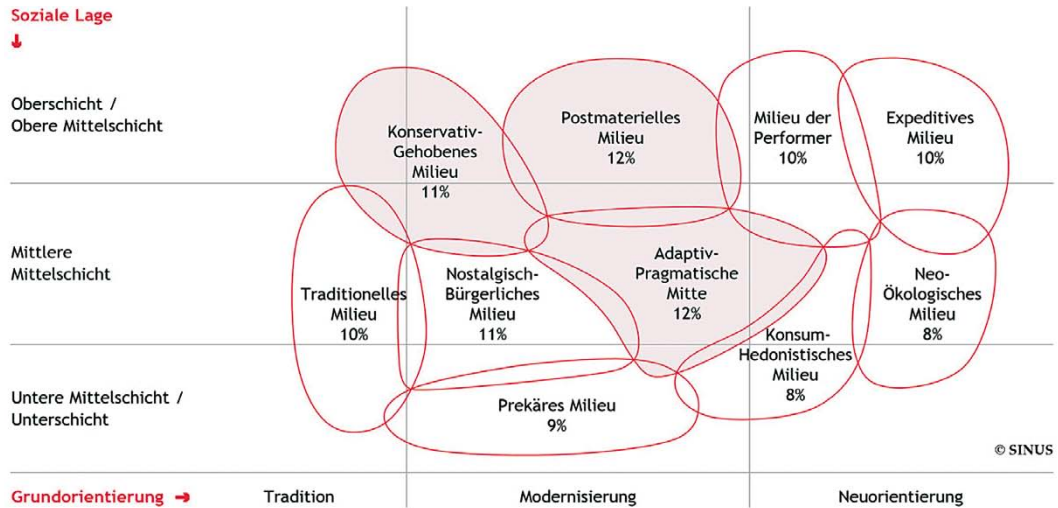
Bei der Auswahl der Zielgruppen bedient sich die Thüringer Tourismus GmbH des Modells der Sinus-Milieus nach dem Sinus-Institut. Die Sinus-Milieus fassen Men-

schen mit ähnlichen Wertvorstellungen und vergleichbarer sozialer Lage zu Milieugruppen zusammen. Grundlage sind umfangreiche Marktforschungsdaten, die Aufschluss über Informations-, Konsum- und Reiseverhalten geben. Eine gezielte Konzentration auf wenige Sinus-Milieus minimiert Streuverluste im inspirativen Marketing. Als für das Reiseland Thüringen relevante Sinus-Milieus wurden identifiziert:

- Konservativ-gehobenes Milieu,
- Postmaterielles Milieu,
- Adaptiv-pragmatische Mitte.

Diese drei Zielgruppen wurden unter dem Aspekt beleuchtet, wie Burgen als touristische Ziele wahrgenommen werden: Was erwarten die Zielgruppen von unserem Angebot auf beziehungsweise in den Burgen Thüringens? Gibt es unterschiedliche Erwartungen und welche? Jedes Sinus-Milieu hat unterschiedliche Bedürfnisse und nimmt deshalb auch verschiedene Angebote wahr. Da bereits für alle drei Zielgruppen passende Burgenangebote in Thüringen vorhanden sind, werden in der Kampagne alle drei Milieus angesprochen. Dennoch sollten weitere zielgruppenspezifische Angebote entwickelt werden.

Am 15. Mai 2023 fand in Kooperation mit dem Museumsverband Thüringen e. V. und der Thüringer Tourismus GmbH ein Workshop zum Thema „Der Gast in der Burg – Zielgruppenworkshop für Museen“ auf der Osterburg zu Weida statt. Hier versammelten sich wieder verschiedene Vertreter aus Thüringer Burgen. Ausführlich wurden die drei Sinus-Milieus besprochen. Welche Anforderungen muss ein Museum sowohl während des Besuches aber auch im Marketing erfüllen? Gemeinsam wurde eine Persona entwickelt,



Sinus-Milieus nach SINUS. (Foto: SINUS)

also typische Burg-Besucher beschrieben und definiert. Anhand der sogenannten *Customer Journey*, also den verschiedenen Phasen des Museumsbesuches wurde der Weg des Gastes von der Inspiration über Information, Buchung, Reiseerlebnis und Nachbereitung aus Nutzerperspektive betrachtet. Als praktische Übung wurden die erlangten Erkenntnisse über die Zielgruppe anschließend mit dem Vor-Ort-Erlebnis und dem Marketing des Museums in der Osterburg zu Weida abgeglichen.

Zielmärkte

Die Burgenkampagne wird in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgespielt werden. Da auch Thüringerinnen und Thüringer vor allem die Burgen in ihrer unmittelbaren Umgebung kennen, soll die

Vermarktung auch auf Thüringen selbst ausgerichtet werden. Der Anteil aus dem Sinus-Milieu der Adaptiv-pragmatischen Mitte ist in Thüringen recht hoch. Auch das Postmaterielle Milieu ist mit einem hohen Anteil in den Städten Erfurt, Weimar, Jena, Gera und dem Saale-Holzland-Kreis vertreten.

Kreativansatz – Ausblicke, Einblicke, Weitblicke

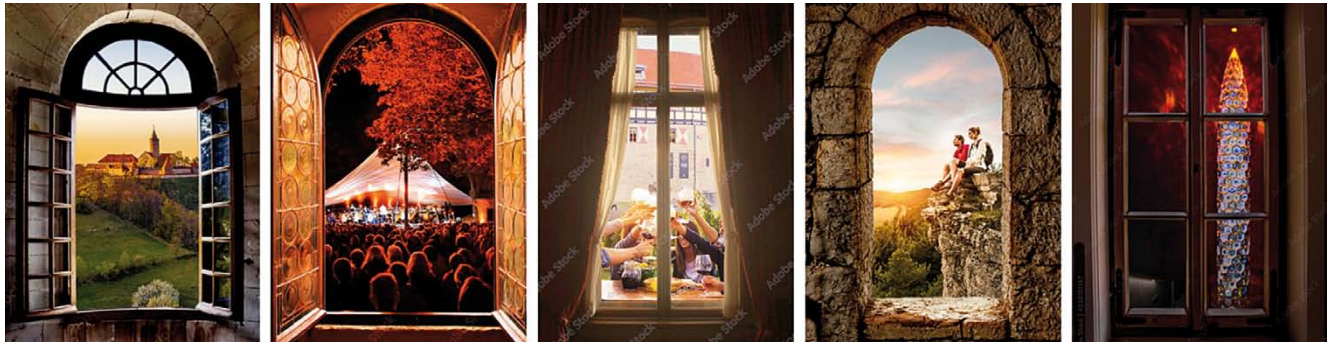
Die Burgen Thüringens werden innerhalb der Kampagne durch Fenstermotive dargestellt. Der Blick durch verschiedene fiktive Burgfenster zeigt die Vielfalt an Burgen und die unterschiedlichen Burgtypen, die es in Thüringen zu entdecken gibt. Beworben werden Thüringer Burgen und ihre Geschichte(n), Ausstellungen und Events, aber auch Wander- und Radwege, die an historischer Kulisse vorbeiführen.

Die potenziellen Gäste blicken durch das *Key Visual*, das visuelle Schlüsselmotiv im Marketing, in die Welt der Thüringer Burgen. Der Kreativansatz ist sowohl für analoge Formate in der Vermarktung geeignet als auch digital auf alle Formate adaptierbar.

Gemeinsam Synergien nutzen

Was können wir tun, damit sich das Burgenland Thüringen von seiner besten Seite präsentiert?

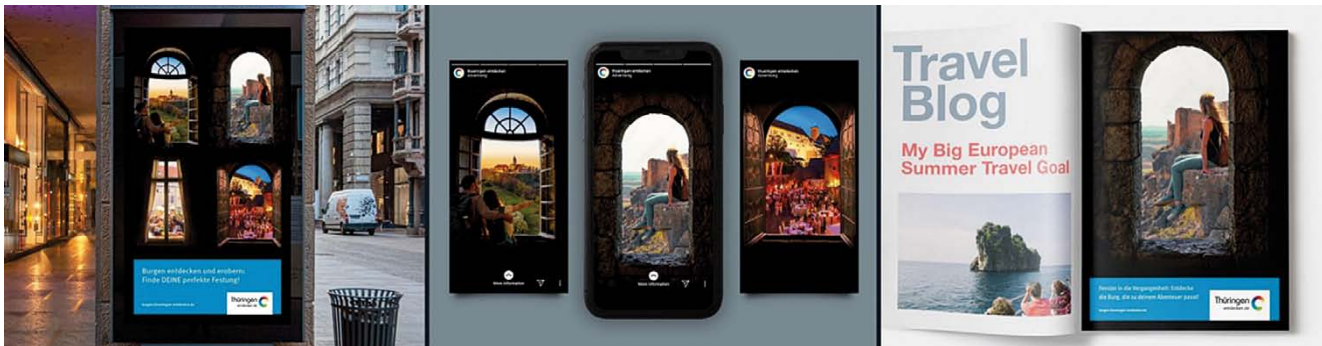
Alle Marketingmaßnahmen werden auf die Landingpage unter burgen.thueringen-entdecken.de führen. Dort werden die anregenden und inspirierenden Informationen um einen Burgengenerator ergänzt werden. Dieser beinhaltet verschiedene Fragen und Filtermöglichkeiten, über die Website-User spielerisch ihre persönliche Burg finden können, die zu ihren Bedürfnissen passt. Die Daten der Burgen werden direkt aus den Basisdaten der Thü-CAT ausgespielt. Deshalb ist es wichtig, dass diese Daten gut gepflegt und ansprechende Bilder hin-



Motive für die Adaptiv-Pragmatische Mitte. (Foto: Agentur H2F, Thüringer Tourismus GmbH)



Motive für das Postmaterielle und Konservativ-Gehobene Milieu. (Foto: Agentur H2F, Thüringer Tourismus GmbH)



Mögliche Anwendungsbeispiele in der Vermarktung. (Foto: Agentur H2F, Thüringer Tourismus GmbH)

terlegt sind. Mit der Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT) stellt der Freistaat Thüringen seit 2020 allen touristischen Akteuren eine zentrale Dateninfrastruktur für ihre Produkt- und Angebotsinformationen bereit. Die gemeinsame Nutzung der bereitgestellten Daten fördert Synergien in der Zusammenarbeit und ermöglicht bessere Reichweiten für qualitativ hochwertige touristische Inhalte. Alle Informationen fließen über Redakteure sowie bestehende Datenquellen in ein großes Datennetz. Sie werden in verschiedenen digitalen Anwendungen über eine technische Schnittstelle verknüpft und sind somit immer auf dem aktuell gepflegten Stand. Die touristischen Daten können so auf Websites, digitalen Stelen oder Apps angebunden und ausgespielt werden oder, wie im Rahmen der Burgenkampagne, im Burgengenerator auf der Kampagnenwebsite.

Als Ansprechpartnerin bezüglich der ThüCAT steht Kathrin Meier von der Thüringer Tourismus GmbH zur Verfügung.

Neben dem Burgengenerator gibt es einen sogenannten Störer, eine einheitliche Grafik, die auf

das Burgenland Thüringen hinweist und die von allen touristischen Partnern in Thüringen sowohl im Online- als auch im Printbereich verwendet werden kann. Damit können wir gemeinsam bereits jetzt schon auf die Kampagne hinweisen und eine hohe Reichweite erzielen.

Ein weiteres verbindendes Element wird eine Postkarte mit QR-Code sein, die die Burgen Thüringens über die Kampagnenpage und mithilfe des Burgengenerators zusammenführt. Die Postkarten können beispielsweise in Burgen, aber auch in Tourist-Informationen oder in anderen touristischen Einrichtungen ausgelegt werden.

Ende 2023 wird es eine weitere Austauschrunde zwischen interessierten Vertretern Thüringer Burgen, Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) und der Thüringer Tourismus GmbH zur Burgenkampagne geben.

Als Projektleiterin der Kampagne steht als Ansprechpartnerin Lisa Kramer von der Thüringer Tourismus GmbH zur Verfügung.

Lisa Kramer

Der Verbandstag 2023 im Schloss Ehrenstein

Am 14. September 2023 fand die jährliche Mitgliederversammlung des Museumsverbandes Thüringen e. V. (MVT) im Schloss Ehrenstein in Ohrdruf statt. Fast 100 Museumsleitungen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Thüringer Museen sowie auch politische Vertreterinnen und Vertreter tauschten sich auf dem Verbandstag aus und vertieften untereinander ihre Kontakte.

Das Museum Schloss Ehrenstein

Schloss Ehrenstein wurde bewusst vom Vorstand als Tagungsort ausgewählt, denn nach dem verheerenden Brand 2013 wurde das Schloss nach umfangreicher Sanierung und Restaurierung letztes Jahr wiedereröffnet. Dafür war ein großes Engagement aller Beteiligten notwendig. Die Mitglieds Museen des MVT lernten einen neuen Kultort und die Akteure im Schloss persönlich kennen. Der Leiter des Museums Schloss Ehrenstein und des Stadtarchivs, Dr. Sebastian Faulstich, fasste die Vielfalt seiner neuen Sammlung in seinem Grußwort treffend zusammen. Sie reicht „von Bach bis Bauhaus, von Erdgeschichte bis Herrschaftsgeschichte“. Davon konnten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Führungen selbst überzeugen. Technisches Highlight war der Kubus Magicus, der die Stadtgeschichte Ohrdrufs einzigartig digital in Szene setzt. Dass die Mühen sich bezahlt gemacht haben, spiegelt sich in den 30.000 Besucherinnen und Besuchern seit der Eröffnung wider. Mit diesen Zahlen ist Stefan Schambach, Bürgermeister der Stadt Ohrdruf, sehr zufrieden.



Im Schloss Ehrenstein in Ohrdruf fand am 14.09.2023 der Verbandstag des MVT statt. (Fotos: MVT)

Die Forderungen des MVT bis 2035 an die Politik und die Antwort der Staatskanzlei

Nach der Begrüßung der Hausherren sprach die Staatssekretärin für Kultur in der Thüringer Staatskanzlei, Tina Beer. Sie würdigte in ihrem Grußwort die Arbeit des MVT. Der Freistaat versuche, die Museen in vielen Bereichen wie zum Beispiel Provenienzforschung, Digitalisierung und Museumsberatung finanziell zu unterstützen. Sie betonte aber auch, dass die Initiative von den Museen und Trägern kommen müsse. Tina Beer verwies auf das vom MVT vorgestellte Positionspapier: Die Forderungen halte sie für realistisch, sie müssten aber nun in einem Prozess gemeinsam umgesetzt werden.

Dr. Roland Krischke stellte diesen „Forderungskatalog des MVT bis 2035“ in dem Bericht des Präsidiums den Mitgliedern später im Detail vor. Maßnahmen zur nachhaltigen personellen und fi-

nanziellen Unterstützung für die Thüringer Museen stehen dabei besonders im Fokus.

Vergabe der Bernhard-von-Lindenau-Medaille

Ein Bestandteil des Forderungskataloges bezieht sich auf die Schaffung einer Projektstelle „Notfallplanung“ beim MVT, um die konkreten Bedarfe der Museen zu ermitteln und Rückstände vor allem in den kleineren und mittleren Museen abzubauen. Notfallplanung und die Bildung von Notfallverbänden sind zentrale Elemente für den Schutz von Kulturgut. Ein wichtiger Initiator in der Notfallvorsorge für Kultureinrichtungen in Thüringen ist seit vielen Jahren Ralf Seeber. Als Fachberater Notfallverbände Thüringen des Kulturrates Thüringen e. V. und ehemaliger Wachabteilungsführer und Einsatzleiter der Berufsfeuerwehr Weimar erhielt er die Bernhard-von-Lindenau-Medaille des MVT. Sandra Müller, Geschäftsführerin des MVT, beschrieb in ihrer Laudatio seine außerordentlichen Leistungen für das Thüringer Museumswesen. Kulturstaatssekretärin Tina Beer und der Präsident Dr. Roland Krischke überreichten Ralf Seeber diese besondere Auszeichnung des MVT.

Filmischer Rückblick der Thüringer Museen

Was haben die Thüringer Museen im Verbandsjahr 09/2022 bis 09/2023 erlebt? Welche besonderen Ereignisse fanden statt? Elf Einrichtungen gewährten Einblicke in ihre Jubiläen, besondere Ausstellungen und außergewöhnliche Projekte in Form von kleinen einminütigen Filmsequenzen. Der gesamte Clip ist nach dem Verbandstag im YouTube-Kanal des MVT abrufbar.



Fast 100 Mitglieder des MVT nahmen am Verbandstag teil. (Foto: MVT)

Die Vorstandswahlen

Turnusgemäß fanden die Wahl des Vorstandes und erstmals die Wahl der Präsidentin oder des Präsidenten durch die Mitglieder statt. Der Vorstand bedankte sich herzlich bei den ausscheidenden Vorstandsmitgliedern Eva-Maria von Máriássy (ehemalige Direktorin der Staatlichen Bücher- und Kupferstichsammlung Greiz), Dr. Gert-Dieter Ulferts (ehemaliger Direktor der Museen in der Klassik Stiftung Weimar) und Dr. Ralf Werneburg (Direktor des Naturhistorischen Museums Schloss Bertholdsburg in Schleusingen) für ihr jahrelanges Engagement und ihren Einsatz für die Thüringer Museen.

Als Wahlleiterin stellte sich Friederike Böcher zur Verfügung, die mit den Wahlhelferinnen und -helfern souverän die Wahl durchführte. Für die Kassenprüfung haben Rita Happ, Antje Hitzschke und Jana Hössner kandidiert. Alle drei wurden gewählt und begleiten fortan die Haushalts- und Kontenführung des MVT.

In den Vorstand des MVT wurden gewählt, hier in alphabetischer Reihenfolge: Dr. Andreas Gerth (Kommissarischer Leiter / Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Museum für Naturkunde Gera mit Botanischem Garten), Dr. Ulf Häder (Direktor Staatliche Bücher- und Kupferstichsammlung Greiz), Dr. Gideon Haut (Direktor der städtischen Museen Heilbad Heiligenstadt), Christian Hofmann (Leiter Schillerhaus Rudolstadt), Dr. Roland Krishcke (Direktor der Altenburger Museen), Sabrina Lüderitz (Direktorin Thüringer Landesmuseum Heidecksburg Rudolstadt), Prof. Dr. Timo Mappes (Gründungsdirektor Deutsches Optisches Museum (D.O.M.) Jena), Dr. Antje Neumann (Museumsleiterin Keramik-Museum Bürgel und Bauhaus-Werkstatt-Museum Dornburg), Sabine Schemmrich (Leiterin Museum Schloß Burgk), Dr.



Der neue Vorstand des MVT. Abwesend waren Dr. Andreas Gerth und Sabine Schemmrich. (Foto: MVT)

Timo Trümper (Direktor der Abteilung Wissenschaft und Sammlungen in der Stiftung Schloss Friedenstein Gotha) und Franziska Zschäck (Leiterin Thüringer Freilichtmuseum Hohenfelden).

Aus dem Kreis der Vorstandsmitglieder wurde Dr. Roland Krishcke, der das Amt seit September 2022 kommissarisch innehatte, zum Präsidenten gewählt. Vom neuen Vorstand wurden Franziska Zschäck als 1. Vizepräsidentin und Prof. Dr. Timo Mappes als 2. Vizepräsident bestätigt. Neue Schatzmeisterin wurde Sabine Schemmrich und zur Schriftführerin wurde erneut Sabrina Lüderitz ernannt.

Der Vorstand und die Geschäftsstelle bedankten sich bei den Gastgeber des Museums Schloss Ehrenstein, bei allen Museumsmitgliedern und Gästen für den informativen, anregenden und weichenstellenden Verbandstag in Ohrdruf.

Stefanie Keil



Bericht des Vorstandes zum Verbandsjahr 2022/2023

Rede des Präsidiums zum Verbandstag im September 2023

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
sehr geehrte Gäste,

zum Museumsverband Thüringen gehören zurzeit 236 Mitgliedsmuseen. Er hat außerdem 154 juristische und 99 persönliche Mitglieder.

Im Verband gibt es sieben Arbeitskreise der unterschiedlichen Museumsgattungen. Die Arbeitskreise kamen in der Regel zweimal im Jahr zusammen, um anstehende Themen zu besprechen und die Fördermittelanträge zu beraten.

Der Vorstand des MVT traf sich zu elf Sitzungen. Darunter war im Mai eine Klausurtagung. Der Vorstand besuchte zu seinen Sitzungen mehrere Mitgliedsmuseen in ganz Thüringen, beispielsweise das Fahrzeugmuseum Suhl oder das Kunsthaus Meyenburg in Nordhausen, um sich vor Ort über die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen zu informieren. Im Juli gab es das traditionell einmal jährlich stattfindende Treffen mit den Vorstandskolleginnen und -kollegen des Museumsverbandes Hessen e. V., wobei diesmal das Thema „Demokratie in Gefahr“ im Mittelpunkt stand. Eines der Resultate aus dem Treffen ist die Verabredung zu einer gemeinsamen Weiterbildung.

In der Geschäftsstelle des Verbandes arbeiten zurzeit acht Mitarbeiterinnen in Voll- und Teilzeit. Seit dem 1. Februar 2023 gehören neu zum Team der Geschäftsstelle: Stefanie Keil als Referentin für Medienarbeit und digitale Kommunikation, Sabine Breer als Koordinatorin und Katharina Taxis als wissenschaftliche Mitarbeiterin der Koordinierungsstelle Provenienzforschung.

Die Museumsberaterinnen sind für die Mitgliedsmuseen Ansprechpartnerinnen für alle Fragen der Museumsarbeit. Zentrale Themen sind Sammlungsdokumentation und -inventarisierung, Sammlungsmanagement und -pflege, Depots, Konzeptpapiere, Klima und Projektförderung.

Beratungen finden vor Ort, per Telefon oder per E-Mail statt. So wurden im letzten Jahr zum Beispiel die Museen in Camburg, Ranis, Sonneberg und Trefurt vor Ort beraten.

Das Format der offenen Online-Museumsberatung hat sich weiter etabliert und wird seitens der Mitglieder sehr gut angenommen. Es ermöglicht den Mitgliedern, Fragen auf kurzem Wege mit Kolleginnen und Kollegen und den Museumsberaterinnen zu besprechen, zu klären und zu diskutieren. Es trägt auch dazu bei, Museen mit ähnlichen Fragestellungen zu vernetzen.

In regelmäßigen Abständen und bei Bedarf werden themengebundene Online-Museumsberatungen angeboten, zum Beispiel im letzten Jahr zum Umgang mit Waffen in den Museen oder zur Frage der Bildrechte.

Die Geschäftsstelle organisiert auch größere Weiterbildungen in Präsenz, im vergangenen Geschäftsjahr waren dies zehn Treffen unter anderem zum Thema Leihverkehr oder zur Objektfotografie.

Die Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle planen auch die Weiterbildungen im Landesförderprogramm Volontariat. Dabei erhalten die Volontärinnen und Volontäre nicht nur Informationen zu allen Themenfeldern ihres künftigen Berufslebens, sondern lernen auch verschiedene Museen des

Freistaates kennen. Die Museumsberaterinnen sind aber auch Ansprechpartnerinnen für alle anderen möglichen Probleme der Volontärinnen und Volontäre. Im Berichtszeitraum wurde der 3. Durchgang mit 30 geförderten Volontariaten durchgeführt und beendet und der 4. Durchgang mit derzeit 28 Volontariaten begonnen.

Außerdem gab es im letzten Jahr zwei größere Online-Veranstaltungen, die auf aktuelle Entwicklungen reagierten: im Oktober zum Thema Energiekrise und deren mögliche Folgen und im Januar zum Thema Vandalismus im Museum.

Die Provenienzforschung etablierte sich im Berichtsjahr unter Leitung von Sabine Breer und mit Unterstützung von Dr. Gert-Dieter Ulferts.

Das vom Deutschen Zentrum Kulturgutverluste finanzierte Projekt Erstcheck „koloniale Kontexte“ konnte durch die Provenienzforschungsstelle des MVT mit fünf Thüringer Museen erfolgreich abgeschlossen werden. Als wesentlicher Teil des Projektes wurde stets das Vorhandensein menschlicher Überreste in den Beständen überprüft.

Der Erstcheck offenbarte darüber hinaus die Notwendigkeit, Inventarlisten mit dem Bestand abzugleichen. So stellte sich im Stadtmuseum Gera heraus, dass in Altinventaren mitunter weit umfangreichere Bestände geführt werden, als seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges tatsächlich noch im Haus vorhanden sind.

Als weitere Erkenntnis ist zu verbuchen, dass viele Objekte mit kolonialem Kontext aus gespendeten ehemaligen Privatsammlungen stammen. Im Deutschen Spielzeugmuseum Sonneberg wird aus diesem Grund ein großer Bestand an Objekten mit kolonialem Kontext verwahrt. Im Rahmen des Projektes wurde zudem ein Teilbestand einer ehemals privaten Sammlung identifiziert, der 1958 in das

Museum fand. Damit liegt der Verdacht nahe, hier zusätzlich mit einem SBZ/DDR Unrechtskontext konfrontiert zu sein.

Naturkundliche Museen besitzen oft Objekte mit kolonialem Kontext. Das Naturkundemuseum Mauritianum Altenburg verfügt sowohl über einen reichhaltigen Objektbestand als auch über umfangreiche Archivalien hierzu. Dieses Museum unterstützte das Projekt proaktiv, tauschte mit den neuen Erkenntnissen ganz unmittelbar bereits Objekte in den Vitrinen beziehungsweise bereitet nun eine Sonderausstellung zu Unrechtskontexten vor.

Die Provenienzforschungsstelle des MVT unterstützte darüber hinaus einschlägige Veranstaltungen, wie die nun zweite internationale Tagung zur Provenienzforschung an technischem Kulturgut am Deutschen Optischen Museum.

Mit diesem Rückenwind startet die Provenienzforschungsstelle des MVT am 7. Dezember 2023 den Arbeitskreis des MVT zur Provenienzforschung.

Vor einem Jahr stellten wir beim Verbandstag die Handlungsempfehlungen zur Energiekrise mit den drei möglichen Eskalationsstufen vor. Dank der Hinweise der Mitglieder konnte der MVT kurz darauf eine aktualisierte Version vorlegen und alle Mitglieder auf die etwaigen Situationen vorbereiten. Diese Empfehlungen aus Thüringen waren deutschlandweites Vorbild. Neben dem MVT erhielt auch die Thüringer Staatskanzlei (TSK) an unserer Stelle Lob aus anderen Bundesländern für das Thüringer Vorgehen. Mit dem Gasspeicherfüllstand von 94% (Stand 12. September 2023) ist in diesem Jahr mit keiner Verschärfung der Situation zu rechnen.

Wichtiges weiteres Netzwerkthema war und ist die Verbindung zur Thüringer Tourismus GmbH (TTG). Diese wird seit 2023 von Christoph Gösel geführt. Das Präsidium des MVT traf sich mit



Eva-Maria von Máriássy, Dr. Gert-Dieter Ulferts und Dr. Ralf Werneburg werden herzlich als Mitglieder des Vorstandes verabschiedet. (Foto: MVT)

Herrn Gösel bereits kurz nach seinem Amtsantritt und noch in der Winterpause im Thüringer Freilichtmuseum Hohenfelden. Herr Gösel erweckte einen den Museen sehr zugewandten Eindruck, insbesondere da er die Alleinstellungsmerkmale für Thüringen darin erkannte. In der Folge veranstaltete der MVT mittlerweile zwei Weiterbildungen mit der TTG. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

Wir blicken auf eine sehr bewegte Legislatur zurück. Dazu gehören auch mehrere Veränderungen im Präsidium und im Vorstand. Wir sind 2019 mit einem Präsidium aus Dr. Thomas T. Müller, Uta Bretschneider und Dr. Roland Kruschke gestartet und hatten darüber hinaus mehrere Veränderungen im 2019 gewählten Vorstand. Einige Neubesetzungen hingen mit einem neuen Berufsweg der Vorstands-

mitglieder außerhalb von Thüringen zusammen. Das krankheitsbedingte Ausscheiden 2020 von Veronika Jung und ihr Tod im Jahr darauf waren jedoch schockierend und schmerzlich.

Über alle Veränderungen der Zusammensetzung hinweg hat sich der Zusammenhalt des Vorstandes und eine große Bereitwilligkeit, klaglos anstehende Aufgaben zu übernehmen, bewahrt. In diesem Zusammenhang sind vor allem auch drei Vorstandsmitglieder zu nennen, die sich nach oder kurz vor ihrem Eintritt in den Ruhestand entschlossen haben, nicht mehr zu kandidieren: Eva-Maria von Máriássy, Dr. Gert-Dieter Ulferts und Dr. Ralf Werneburg. Wir danken ihnen von ganzem Herzen für ihren unermüdlichen Einsatz!

Zu den Themen, die uns in den letzten vier Jahren besonders umgetrieben haben, gehören Digitalisierung und Digitalität. Nicht nur angesichts der Bundesförderung für Altenburg, Gotha und Weimar seit 2020, bei der die Digitalisierung eine hervorragende Rolle spielt, hat sich hier vieles bewegt.

Der Museumsverband Thüringen hat einen Digitalbeirat als Fachgremium ins Leben gerufen, das den Vorstand berät, aber auch die Interessen aller Thüringer Museen auf den Feldern der Digitalisierung und Digitalität vertritt. Er setzt sich aus Vorstandsmitgliedern und Fachberatern aus den vom Bund geförderten Museen zusammen. Mit Blick auf die digitale Transformation der Gesellschaft thematisiert der Digitalbeirat alle für die Museumsarbeit relevanten Anwendungsbereiche. Zuletzt arbeitete er intensiv an der Digitalstrategie Kultur des Freistaates Thüringen mit, die er künftig durch gezielte Beteiligung an den neuen Arbeitsgruppen und durch seine Fachexpertise unterstützen wird.

Eine enge Zusammenarbeit im Bereich Digitalisierung besteht mit dem Team „Digitales Kulturerbe“ der Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek (ThULB). Als Dienstleister für den MVT führt das Team in bewährter Weise einerseits neue Digitalisierungen für die Museen des Verbandes durch, andererseits werden vorhandene Bestände einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Dies geschieht über das Wissens- und Forschungsportalportal kulthura der Friedrich-Schiller-Universität Jena und die Deutsche Digitale Bibliothek (DDB).

Mit der Neubesetzung und Neudefinition der Stelle einer Referentin für Medien und digitale Kommunikation hat die Geschäftsstelle neue Impulse für eine zeitgemäße Kommunikationsarbeit erhalten. Ganz wesentlich hierfür war die Fortführung der Kommunikationsstrategie des Verbandes, die im Vorstand verabschiedet wurde. Sie stellt eine bewegliche Richtschnur und ein Leitbild unserer Kommunikationsarbeit dar, die unter anderem eine Intensivierung und Optimierung der Social-Media-Kanäle vorsieht. Die gezielte Kommunikation und die Bewerbung der Mitglieds Museen stehen dabei besonders im Fokus. Die Kommunikationsstrategie wird sukzessive umgesetzt und immer neu aktualisiert.

Ein Fixpunkt unserer Museumsarbeit ist jedes Jahr auf das Neue der Internationale Museumstag, der uns immer wieder durch seine unterhaltsamen Mottos erfreut. In diesem Mai ging es um „Happy Museums. Nachhaltigkeit und Wohlbefinden“. In ganz Thüringen gab es ein abwechslungsreiches Programm mit spannenden Führungen, Familienprogrammen und exklusiven Einblicken in die Museumsarbeit. In Altenburg fand im Residenzschloss die Auftaktveranstaltung mit einem großen Spielefest statt, mit dem auch das Doppeljubiläum „175 Jahre

Lindenau-Museum und 100 Jahre Spielkartenmuseum“ begangen wurde.

Ob Museen in Thüringen immer happy sind, ist eine Frage, die sich der Museumsverband Thüringen ganz besonders stellt.

Vor zwölf Jahren hatte der MVT mit einem umfangreichen Fragebogen die damalige Lage seiner Mitglieds Museen erhoben und analysiert. Daraus entstand ein Museumsentwicklungskonzept, das auf eine Perspektive von zehn Jahren ausgelegt war. Dieses Konzept richtete sich dabei sowohl an die Museumsträger als auch an den Freistaat Thüringen. Angesichts eines großen gesellschaftlichen Umbruches, der sich in erheblichem Maße auch auf die Museen auswirkt, war es an der Zeit, die Wirkungen des Museumsentwicklungskonzeptes auf Basis einer Datenerhebung zur gegenwärtigen Situation der Thüringer Museen zu überprüfen.

Von den Mitglieds Museen wurde ein kompaktes Stimmungsbild auf der Grundlage von zehn Fragen eingeholt. Der kurze Fragenkatalog bezog sich auf die Rahmenbedingungen und die aktuelle Lage in den wesentlichen musealen Arbeitsfeldern sowie auf die in den letzten Jahren hinzugekommenen Themenfelder wie Provenienzforschung, Digitalisierung oder Nachhaltigkeit.

Das Stimmungsbild und die dazu formulierten Positionen spiegeln die Situation der Thüringer Museen zum Beginn des Jahres 2023. Wir können daraus ableiten, dass zwar für den Bereich der musealen Arbeit Teilerfolge erzielt werden konnten, im Bereich Personal allerdings eine eindeutig negative Entwicklung zu erkennen ist.

Dem Positionspapier schließt sich ein „Forderungskatalog des MVT bis 2035“ an, den der scheidende Vorstand mit dem Verbandstag 2023 an die Landesregierung, die Vertreterinnen und

Vertreter der demokratischen Parteien im Landtag sowie an die Träger der Museen richtet. Es geht hierbei um ganz konkrete und erreichbare Ziele, für die es allerdings eine Offenheit für gemeinsame Entwicklungsprozesse braucht. Das Einfordern von mehr Mitteln ist kein Allheilmittel, auch vor Ort muss es eine Bereitschaft für neues Denken und neue Strukturen geben. Eine grundsätzliche Abstimmung mit der Thüringer Staatskanzlei hat es zu allen Punkten gegeben. Die Bereitschaft seitens der Landesregierung, den vorgeschlagenen Weg zu gehen, ist da.

Die fünf Forderungen lauten im Einzelnen:

1. Stärkung des Schutzschilds der Kultur-, Kunst- und Naturschätze

Es soll eine Projektstelle „Notfallplanung“ beim MVT für zunächst drei Jahre eingerichtet werden, um die konkreten Bedarfe der Museen zu ermitteln und Rückstände vor allem in den kleineren und mittleren Museen abzubauen. Auf dieser Basis sollen regionale Notfallpläne und -systeme geschaffen werden, um einen flächendeckenden Schutzschild aufzuspannen.

2. Nachhaltige Unterstützung kleiner und mittlerer Museen

In vielen Museen fehlt es an Stellen in den Bereichen Museumspädagogik, Marketing und Ausstellungsaufbau sowie an Know-how für die Umorientierung im Sinne von Nachhaltigkeit, Klimaneutralität und nicht zuletzt an vorbereitenden Maßnahmen zur Reaktion auf die Auswirkungen des Klimawandels.

Das Ziel ist die Einrichtung dezentraler regional flexibler Personal-Pools, wobei die Erfahrungen aus der Südhüringer Netzwerkarbeit einfließen sollten. Je nach regionalen Bedürfnissen wird mit drei Stellen

je Service-Einheit gerechnet. Die jeweilige Stellenstruktur muss mit den Bedarfen abgeglichen werden. Vor allem müssen auch die Träger aktiv mitarbeiten.

3. Sicherung des kulturellen Erbes

Die Depotsituation in den Thüringer Museen ist oft prekär, daher sollen regionale Gemeinschaftsdepots mit einem gemeinschaftlichen Betreibermodell eingerichtet werden. Restaurierungs- und Digitalisierungsaufgaben werden vor Ort von einem im Depot angesiedelten Team von Spezialisten wahrgenommen. Die Kompetenzen können also an ausgewählten Orten vorgehalten und vollständig ausgelastet werden. Ob die Frage der Trägerschaft durch die Gründung einer Service-Gesellschaft oder durch eine Vereinsgründung gelöst wird, ist noch zu klären.

Sehr nützlich wäre neben der gemeinsamen Infrastruktur die Anschaffung digitaler Hardware sowie für ganz Thüringen eines luftgefederten Kulturgut-Transporters für alle Thüringer Museen.

4. Entwicklung überregionaler Relevanz: Nachhaltige institutionelle Förderung

Die Thüringer Museumslandschaft hat sich in den letzten drei Jahrzehnten erheblich fortentwickelt und verändert. Die Museumslandschaft verdient deshalb eine Neubewertung mit Blick auf Museen von überregionaler Bedeutung, überregionaler Wirksamkeit, aber auch hinsichtlich jahrelanger beispielhafter Museumsarbeit. Die institutionelle Förderung des Freistaates sollte auch als Auszeichnung guter Museumsarbeit verstanden werden. Um die Thüringer Staatskanzlei in die Lage zu versetzen, ihre Institutionelle Förderung zu erhöhen, sollte das Budget dafür um 4,0 Mio. Euro erhöht werden.

5. Erhöhung der Mittel für Investitionen und flexiblere Fördermöglichkeiten

Das Budget für investive Maßnahmen im Museumsreferat stagniert seit Jahren bei 1,0 Mio. Euro. Damit sind kaum nachhaltige strukturfördernde Maßnahmen möglich. Mit Blick auf den infrastrukturellen Umbau insbesondere im energetischen und klimatechnischen Bereich sollte das Budget für investive Mittel auf 5,0 Mio. Euro aufgestockt werden.

Damit einher geht die Forderung nach Flexibilisierung der bestehenden Fördermöglichkeiten

(Laufzeit und Eigenanteile) im Bereich Investitionen und Restaurierung speziell für kleine und mittlere Museen.

Dieser Forderungskatalog fand unmittelbar am Verbandstag auch die einstimmige Unterstützung des neu gewählten Vorstandes des MVT und wurde tags darauf an die demokratischen Parteien im Thüringer Landtag versendet.

Roland Krischke, Franziska Zschäck, Timo Mappes

Laudatio zur Verleihung der Bernhard-von-Lindenau-Medaille des Museumsverbandes Thüringen e. V. an Ralf Seeber

Ralf Seeber wurde am 24. Juli 1959 in Weimar geboren. Bereits während seiner Schulzeit engagierte er sich in der Freiwilligen Feuerwehr Weimar. Nach seinem Wehrdienst ab 1981 zog es ihn dorthin zurück und er wurde Wachabteilungsführer und Einsatzleiter bei der Berufsfeuerwehr Weimar.

In seiner langen Dienstzeit hat er nicht nur zahlreiche Brände gelöscht und Menschenleben gerettet, sondern er hat sich auch intensiv darum bemüht, unser kulturelles Erbe zu schützen. Kulturgutschutz ist eine Aufgabe, die weit über die klassi-

sche Rolle der Feuerwehr hinausgeht. Sie erfordert ein tiefes Verständnis für die Bedeutung von Kultur und Geschichte in unserer Gesellschaft. Und genau das hat Ralf Seeber in beeindruckender Weise unter anderem bei dem verheerenden Brand der Herzogin Anna Amalia Bibliothek in Weimar bewiesen. Er hat es ausdrücklich nie für sich beansprucht, aber der Name von Ralf Seeber wurde im Zusammenhang mit dieser Brandkatastrophe weit über Weimar hinaus bekannt: Er war mit seiner Wachabteilung an jenem 2. September 2004 als erster Einsatzleiter an der brennenden Bibliothek und wurde später gemeinsam mit Bibliotheksdirektor Michael Knoche zum Retter der Luther-Bibel. In dem Moment, als der Totalverlust des Gebäudes befürchtet werden musste, war dem Bibliotheksdirektor bewusst geworden, dass die erste Gesamtausgabe der Lutherischen Bibelübersetzung noch im Rokososal stand. Gemeinsam tasteten sie sich durch Saal, Ruß und tropfendes Löschwasser. In jenen Minuten, als er gleichzeitig als Kulturschützer und Brandschützer im Einsatz war, fand Ralf Seeber eine Zukunftsaufgabe, die ihn bis heute weiter begleitet.

Ralf Seeber ist maßgeblich daran beteiligt, dass Thüringen als Kulturland mit einzigartiger Dichte kultureller Orte und Schätze das erste Bundesland wurde, das das Thema Notfallverbünde als nachhaltige Allianz für Notfallvorsorge von Kultureinrichtungen komplex anging. Von der Idee bis zur Umsetzung beriet und unterstützte er dieses Projekt, das durch die Thüringer Staatskanzlei finanziert und am Kulturrat Thüringen e. V. angebunden ist. Es besteht aus drei Elementen: den



Staatssekretärin Tina Beer und Präsident Dr. Roland Krischke überreichen Ralf Seeber die Bernhard-von-Lindenau-Medaille für seine Verdienste im Bereich der Notfallvorsorge in Thüringen. (Foto: MVT)

Fortbildungen zur Notfallvorsorge und zur Bildung von Notfallverbänden, die Ralf Seeber als Fachberater bereits über 60-mal übernommen hat, fünf Ausrüstungssätzen, die allen kulturellen Einrichtungen in Thüringen im Schadensfall zur Verfügung stehen und ebenfalls durch Ralf Seeber inhaltlich konzipiert wurden sowie einem Gerätewagen Kulturgutschutz, der nach den Vorgaben von Ralf Seeber konzipiert wurde und bis heute zum Beispiel auch zum Kulturgutschutz im Ahrtal 2021 und für den Transport von kühlpflichtigen Medikamenten und Lebensmitteln für die Ukraine im Einsatz war. Die Anzahl von Notfallverbänden in Thüringen hat sich seit Beginn des Projektes und der Arbeit von Ralf Seeber auf zehn gesteigert; viele sind aktuell in Gründung befindlich. In allen Landkreisen und kreisfreien Städten Thüringens wurden Notfallverbände gegründet beziehungsweise es fanden dort intensive Gespräche und Schulungen durch Ralf Seeber statt. Damit ist das Ziel einer flächendeckenden Notfallvorsorge in Thüringen weit vorangeschritten. Das Erfolgskonzept wird als Vorreiter in diesem Segment des Kulturgutschutzes in Deutschland wahrgenommen.

Damit sei es aber nicht genug – Ralf Seeber bringt seine Fachexpertise seit 2019 in der Klassik Stiftung Weimar im Bereich Notfallvorsorge und im Brandschutz ein und ist als Referent und Fachberater für Notfallvorsorge, um nur einige zu nennen, bei der BlueShield Deutschland, dem Arbeitskreis Gebäudemanagement und Sicherheit des Deutschen Museumsbundes, der Leopoldina in Halle und der Hochschule Köln gefragt.

Sein Engagement für die Sache zeigt sich auch in der engen Zusammenarbeit mit dem Museumsverband Thüringen e. V. (MVT). Ralf Seeber unterstützt den Verband als Referent für Vorträge

und Schulungen, beteiligt sich aktiv an der Ausbildung der wissenschaftlichen Volontärinnen und Volontäre und steht den Museumskolleginnen und -kollegen mit seinem Fachwissen zur Verfügung. Zudem arbeitete er in der Arbeitsgruppe Schadstoffe des MVT aktiv mit, wodurch er seine Expertise immer weiter ausbauen und sich damit als Multiplikator für die Thüringer Museumslandschaft einbringen kann. Sein Engagement für den Kulturgutschutz schlug sich auch in praktischen Übungen und Versuchsreihen nieder. So simulierte er unter anderem das Verhalten von Vitrinen im Brandfall, um zu prüfen, wie das Kulturgut am besten zu schützen ist.

Ich lernte Ralf Seeber in der damals neu gegründeten Arbeitsgruppe Schadstoffe des MVT 2017 kennen und schätzen. Beeindruckt war und bin ich bis heute von seinem Pragmatismus, seiner Klarheit und Zielorientiertheit, seinem Sachverstand und vor allem von seiner Leidenschaft, seinem unerschöpflichen Engagement und überaus freundlichen Wesen.

Die Verleihung der Bernhard-von-Lindenaum-Medaille an Ralf Seeber ist eine verdiente Anerkennung seiner jahrelangen Bemühungen und seines Einsatzes für den Schutz des kulturellen Erbes. Diese Medaille steht nicht nur für seine fachliche Expertise, sondern auch für seine Leidenschaft und Hingabe, die er in die Gründung der Notfallverbände, Weiterbildung und Sensibilisierung der Museumskolleginnen und -kollegen in und über Thüringen hinaus einbringt.

Ralf Seeber hat nicht nur Wissen und Fachkompetenz, sondern auch die Gabe, Menschen zu inspirieren und zu motivieren. Sein Engagement geht weit über seine berufliche Tätigkeit als Fachberater Notfallverbände Thüringen des Kulturrates Thürin-

gen e. V. hinaus und er ist ein Vorbild für uns alle, wenn es darum geht, sich für die Kultur einzusetzen.

Ralf Seeber hat außerordentliche Leistungen für das Thüringer Museumswesen vollbracht, weshalb der Vorstand des Museumsverbandes Thüringen e. V. beschlossen hat, ihm die höchste Auszeichnung des Verbandes, die Bernhard-von-Lindenau-Medaille zu verleihen. Wir möchten Ralf Seeber herzlich zu dieser wohlverdienten Auszeichnung gratulieren und

ihm für seine außergewöhnlichen Beiträge und sein unermüdliches Engagement danken.

Lieber Ralf, ich gratuliere dir im Auftrag des Vorstandes von ganzem Herzen.

Ohrdruf, 14. September 2023

Sandra Müller

Situation und Bedarfe der Thüringer Museen 2023

Positionen und Perspektiven



Vor zwölf Jahren hatte der Museumsverband Thüringen e. V. mit einem umfangreichen Fragebogen Daten zur damaligen Lage seiner Mitglieds-museen erhoben und analysiert. Daraus entstand ein Museumsentwicklungskonzept, das auf eine Perspektive von zehn Jahren ausgelegt war und im Museumsheft 2/2011 veröffentlicht wurde. Dieses Konzept richtete sich dabei sowohl an die Museumsträger als auch an den Freistaat Thüringen.

Nach zwölf Jahren war es an der Zeit, die Wirkungen des Museumsentwicklungskonzeptes auf Basis einer Datenerhebung zur gegenwärtigen Situation der Thüringer Museen zu überprüfen. Notwendig wurde dies nicht zuletzt auch deshalb, weil sich die Museen gegenwärtig in einem großen Umbruch befinden und sich die Erwartungen und das Verhalten der Besucherinnen und Besucher stark verändert haben.

Im September 2022 hat der Internationale Museumsrat ICOM eine neue, deutlich erweiterte, Museumsdefinition verabschiedet, nach der den Museen viele neue gesellschaftliche und wissenschaftliche Aufgaben zugewiesen werden. Der Prozess der Digitalisierung ist zwar gerade erst angelaufen, ein „digitales Museum“ wird von vielen Besuchenden jedoch bereits als Selbstverständlichkeit erwartet. Noch lässt sich der zukünftige Weg der Museen nicht genau absehen. Das erfordert kurzfristige Reaktionen und neue Antworten auf die aktuellen Fragestellungen.

Von den Mitgliedsmuseen wurde ein kompaktes Stimmungsbild auf der Grundlage von zehn Fragen eingeholt. Der kurze Fragenkatalog bezog sich auf die Rahmenbedingungen und die aktuelle Lage in

den wesentlichen musealen Arbeitsfeldern sowie die in den letzten Jahren hinzugekommenen Themenfelder wie beispielsweise Provenienzforschung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Das hier vorgelegte Stimmungsbild und die dazu formulierten Positionen spiegeln die Situation der Thüringer Museen zum Beginn des Jahres 2023.

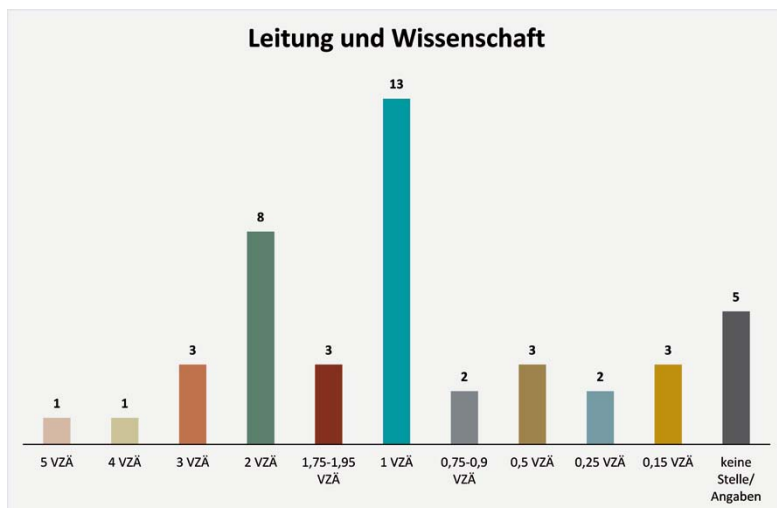
Generalisierend kann festgestellt werden, dass zwar für den Bereich der musealen Arbeit Teilerfolge entsprechend dem Museumsentwicklungskonzept 2011 erzielt werden konnten, im Bereich Personal allerdings eine eindeutig negative Entwicklung zu erkennen ist.

Fragestellungen und Ergebnisse der aktuellen Umfrage

44 von 220 Museen haben auf den Fragenkatalog geantwortet, wobei nicht in jedem Fall alle Fragen beantwortet wurden. Die Bandbreite reicht vom großen, institutionell geförderten Museum bis zum kleinen Regional- oder Ortsmuseum mit wenigen oder gar nur einer/einem fest angestellten Mitarbeiterin oder Mitarbeiter.

Neben den Basisdaten wurden zunächst das Vorhandensein der Grundsatzdokumente Leitbild, Sammlungskonzept und Notfallplan abgefragt. Dabei verfügen rund drei Viertel der befragten Museen über die erstgenannten, aber gerade einmal ein Drittel über einen Notfallplan.

Aufgrund dieses Befundes ergibt sich die dringende Notwendigkeit zur Stärkung des Bereiches



Notfallpläne. Hier gilt es, diese Pläne aus den Häusern heraus zu erarbeiten. Die Träger sollten diese Konzepte ihrerseits von den Museen einfordern.

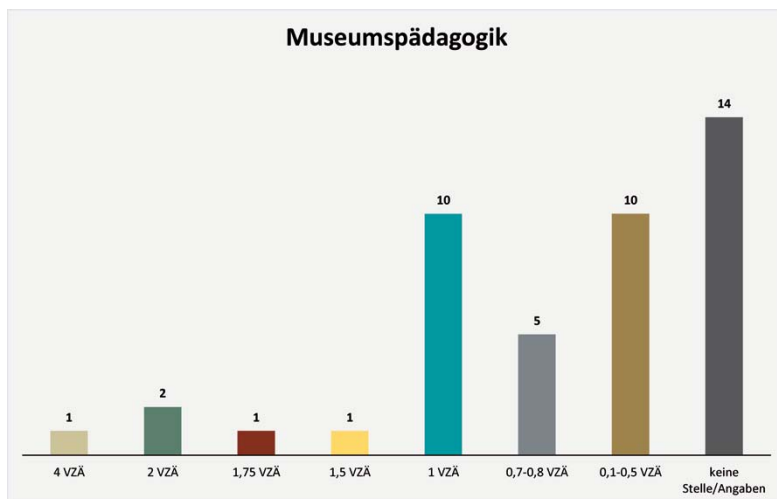
Frage 1: Finanzierung

Hat sich die finanzielle Gesamtsituation in Ihrem Museum in den letzten zehn Jahren eher

- verbessert? 18
- verschlechtert? 17
- keine Veränderung 9

Schlussfolgerungen:

Es ist alarmierend, dass sich bei mehr als einem Drittel der befragten Museen die finanzielle Situation verschlechtert hat. Die Träger sollten aufgefordert werden, sich zu ihrer jeweiligen musealen Einrichtung zu bekennen und sie sowohl als kulturelles Kleinod wie auch als außerschulischen Lernort anzuerkennen und finanziell ausreichend auszustatten.



Frage 2: Personal

Hat sich die personelle Gesamtsituation in Ihrem Museum in den letzten zehn Jahren eher

- verbessert? 16
- verschlechtert? 17
- keine Veränderung 11

Schlussfolgerungen:

Als Folge der schlechteren finanziellen Gesamtsituation hat sich etwa bei der Hälfte der befragten Museen auch die Personalsituation verschlechtert. Hier wird ein grundsätzliches Problem für die Thüringer Museen sichtbar: Fehlendes Personal für die ge-

Auswertung der Frage 3: „Über wie viele feste Stellen (VZÄ) verfügt Ihr Museum in den folgenden Bereichen?“. (Diagramme des MVT)

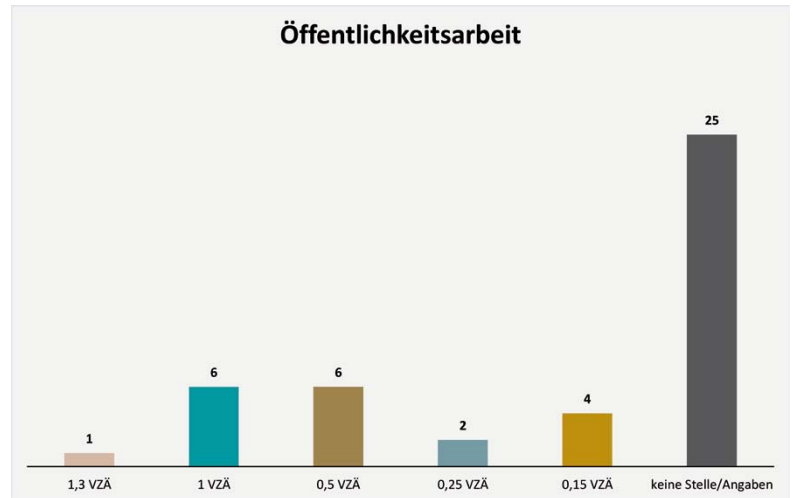
wachsenen Aufgaben der Museen, die entsprechend zeitgemäßer Standards arbeiten sollen.

Frage 3: Stellenplan

Über wie viele feste Stellen (VZÄ) verfügt Ihr Museum in den folgenden Bereichen?

Schlussfolgerungen:

Mehr als die Hälfte der befragten Museen verfügt über keine einzige VZÄ-Stelle in den Bereichen Museumspädagogik und Verwaltung. Im Bereich Marketing ist es nur ein Viertel, im Bereich Digitalisierung nur ein Drittel der befragten Museen, die eine Stelle für diese Aufgaben haben.



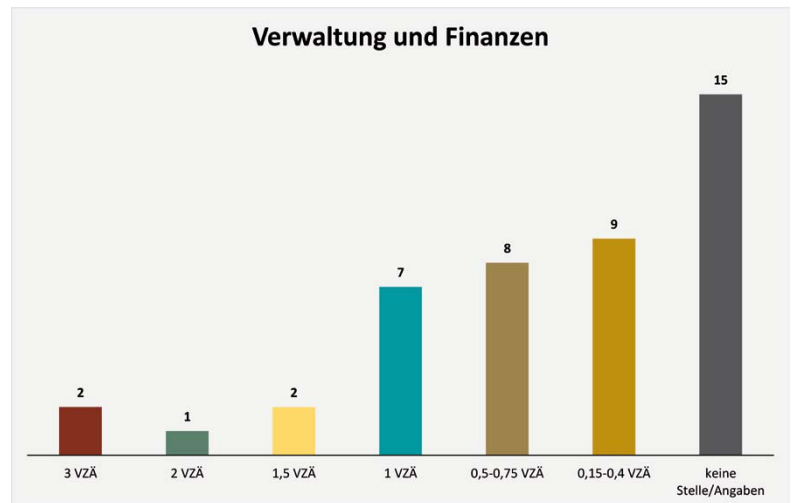
Frage 4: Depot

Inwiefern hat sich die Situation der Depots in Ihrem Museum seit 2010 geändert?

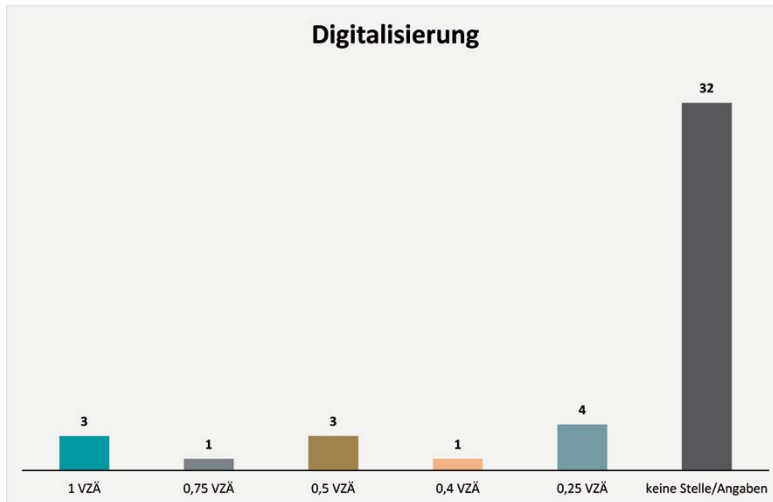
Mehr als die Hälfte der antwortenden Museen vermelden räumlichen Zuwachs und/oder verbesserte Ausstattung. Aber etwas weniger als die Hälfte der Museen kann keine Veränderung verzeichnen, sechs Museen melden den Verlust von Depotfläche und fast ebenso viele (fünf) mussten wegen fehlender Depotflächen ein Sammlungsmoratorium verhängen.

Schlussfolgerungen:

Die kontinuierliche Förderung von Depotumbauten und gegebenenfalls Depotneubauten sowie verbesserten Magazinausstattungen durch langfristige und einfach zugängliche Programme bleibt weiterhin eine vordringliche Aufgabe des Freistaates.



Auswertung der Frage 3: „Über wie viele feste Stellen (VZÄ) verfügt Ihr Museum in den folgenden Bereichen?“. (Diagramme des MVT)



Auswertung der Frage 3: „Über wie viele feste Stellen (VZÄ) verfügt Ihr Museum in den folgenden Bereichen?“. (Diagramm des MVT)

Die Förderung von Regionaldepots kann eine Möglichkeit sein, durch gemeinsame Nutzung räumlicher und personeller Kapazitäten die Depot-situation für Museen zu verbessern. Dazu muss bei den Museen die Bereitschaft zur Kooperation und Vernetzung gestärkt werden.

Frage 5: Wissenschaftliche Arbeit

Mehr als zwei Drittel der befragten Museen gaben an, sich wissenschaftliche Arbeit nur noch bei der Vorbereitung von Sonderausstellungen leisten zu können.

Für die Forschung und die wissenschaftliche Arbeit am Museumsbestand sowie die konzeptionelle Arbeit und die Erstellung von Publikationen fehlen

der Mehrzahl der Befragten sowohl personelle als auch zeitliche Kapazitäten.

Schlussfolgerungen:

Forschung und wissenschaftliche Arbeit am Museumsbestand gehören zu den grundsätzlichen Aufträgen eines Museums, was auch mit der am 8. September 2022 verabschiedeten neuen ICOM-Definition für Museen weiterhin gilt: „Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt (deutsche Übersetzung, August 2022). Ohne Forschung ist keine Vermittlung möglich. Auch digitale Erfassung ist nur dann sinnvoll, wenn vorher an den Sammlungsobjekten und zu ihrer Herkunft geforscht wurde.“

Die Forschung an ihren Sammlungen und Themen muss als eine der Kernaufgaben musealer Arbeit in den Museen gesichert werden.

Frage 6: Barrierefreiheit

Gibt es in Bezug auf Barrierefreiheit/Inklusion Veränderungen gegenüber 2010?

In den letzten zehn Jahren wurde bei mehr als der Hälfte der befragten Museen die Barrierefreiheit verbessert, wobei das sowohl den Abbau baulicher Barrieren, beispielsweise durch die Schaffung barrierefreier Zugänge, als auch intellektueller kognitiver Barrieren, beispielsweise durch spezielle Führungen, betrifft. Allerdings konnte bei den verbleibenden Museen in den letzten Jahren kein Fortschritt beim Abbau von Barrieren erreicht werden.

Schlussfolgerungen:

Eine weitgehende Barrierefreiheit ist ein wichtiges Element auf dem Weg zum Museum für alle. Allerdings müssen Fördermöglichkeiten speziell für kleinere Museen zur Umsetzung der Barrierefreiheit ausgebaut werden.

Da sich viele Thüringer Museen in historischen, oft denkmalgeschützten, Gebäuden befinden, gibt es von vornherein Grenzen für eine barrierefreie Erschließung. Dennoch müssen auch hier die Zugänge barrierearm gestaltet und die Erschließung für Zielgruppen ohne Mobilitätseinschränkungen (zum Beispiel Angebote für Sehbehinderte, Angebote in einfacher Sprache) verbessert werden.

Frage 7: Aktuelle Situation

Von 44 Museen sehen 38 dringenden Handlungsbedarf bei der Herstellung eines ausreichenden Personalstandes. Im freien Antwortfeld zu dieser Rubrik tritt ein weitaus breiter aufgefächertes Spektrum von Arbeitsfeldern zutage.

Schlussfolgerungen:

Vor dem Hintergrund einer im besten Fall unveränderten, nicht selten aber auch im Lauf der Jahre schlechteren Personalausstattung, sind in den letzten Jahren die Felder musealer Arbeit immer zahlreicher geworden und verlangen außerdem spezifische Qualifikationen (Digitalisierung, Vermittlung und Museumspädagogik, Provenienzforschung aber auch Kommunikation und Marketing). Gleichzeitig wird der Erfolg von Museen gerade an ihren Aktivitäten auf diesen Arbeitsfeldern gemessen. Wenn vorwiegend die Arbeitsfelder bedient werden, die Politik und Öffentlichkeit den Museen abverlangen,

bleibt für Sammlungspflege und Forschung in der musealen Arbeit kein Raum mehr. Dazu kommt, dass auch die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen in den Museen durch immer mehr Verwaltungsaufgaben und -vorschriften in Anspruch genommen werden. Das ist Verschwendung wissenschaftlichen Potenzials und nicht mehr hinzunehmen, nur um Verwaltungskräfte einzusparen.

Das Arbeitsfeld von Restaurierung und Präparation muss nicht zwangsläufig durch Personalaufwuchs, sondern kann auch durch eine Förderpolitik der öffentlichen Hand, die den Museen in ihrer spezifischen Situation entgegenkommt, gestärkt werden. Das Bewusstsein, dass nicht nur Sammeln und Ausstellen zur Museumsarbeit gehören, sondern dass die Exponate auch zu bewahren, sprich zu restaurieren und gesichert unterzubringen sind, muss bei den Trägern gestärkt werden.

Frage 8: Nachwuchs in der Museumsarbeit

Halten Sie die Ausbildung von Nachwuchs in Form von Volontariaten auch in den kommenden Jahren für wünschenswert und sinnvoll?

Während einige Stimmen die Beibehaltung des Programmes als „extrem hilfreich“, als Alleinstellungsmerkmal für Thüringen mit praxisnahen Weiterbildungen befürworten, weisen mehrere Antworten auf das Problem fehlender Kapazitäten für Betreuung in der Ausbildung hin.

Auch der Vorschlag einer Reduzierung des Programmes, also einer geringeren Zahl an geförderten Volontariatsplätzen wurde von einigen wenigen formuliert, was vielleicht aus den rückläufigen Zahlen an interessierten und geeigneten Bewerbern und Bewerberinnen auf die Volontariatsstellen zu erklären ist.

Im Zusammenhang mit der Ausbildung von Nachwuchs wurde auch der Wunsch nach der Einrichtung von Ausbildungsberufen im Museum, vor allem für Archiv, Inventarisierung, Sammlungs- und Depotbetreuung sowie Digitalisierung geäußert.

Schlussfolgerungen:

Die Förderung der Ausbildung von Nachwuchs ist nach wie vor sinnvoll und wünschenswert. Das Kontingent der geförderten Volontariate sollte dem Bedarf angepasst werden. Eine Erweiterung von Ausbildungsinhalten des Volontariatsprogrammes auf alle Felder der Museumsarbeit ist aber nicht möglich, hier müssen andere Formen der Aus- und Weiterbildung gefunden werden.

Frage 9: Museumsverband

Nimmt Ihr Museum die Angebote des Museumsverbandes Thüringen e. V. in Anspruch?

Alle antwortenden Museen nutzen die Angebote des MVT, wobei nur knapp ein Drittel von ihnen sie seltener in Anspruch nimmt.

Fast alle der Wünsche nach mehr Beratung betreffen Themenfelder, die der MVT im Rahmen der Museumsberatung und seiner verschiedenen Informations- und Weiterbildungsformate zwar immer wieder bearbeitet, was aber offensichtlich noch deutlicher gegenüber den Mitgliedsmuseen als Angebot kommuniziert werden muss. Alle Antworten nutzt die Museumsberatung als Hinweise auf konkreten Beratungsbedarf und wird die Themen in ihre operative Arbeit nehmen.

Schlussfolgerungen:

Die verbesserte Personalausstattung des MVT hat sich bewährt.

Die Angebote des MVT aber auch die Funktion des Verbandes als beratende und vermittelnde Instanz zwischen Museen und ihren Trägern müssen besser gegenüber den Mitgliedern dargestellt werden.

Frage 10: Förderung

Sind die Förderinstrumente des Freistaates Ihrer Erfahrung nach praxistauglich?

Die Förderinstrumente des Freistaates werden von drei Viertel der Befragten als positiv bewertet.

Es gab aber ergänzend eine Reihe von Veränderungsvorschlägen. Dazu zählen:

- eine variabelere Gestaltung von Fördermöglichkeiten und Abrechnungszeiträumen
- der Wunsch nach längeren Planungszeiten
- eine flexiblere Gestaltung des Eigenanteils
- Möglichkeiten zur Förderung von Personalstellen, auch für mehrere Museen zusammen
- Anpassung der Antragsformulare an Museumsspezifika
- Entbürokratisierung

Schlussfolgerungen:

Die den Museen zur Verfügung stehenden Fördermöglichkeiten sollten flexibler und museumsspezifischer werden. Eine Ausweitung der Förderung von musealen Netzwerken mit geförderten Personalstellen wäre wünschenswert.

Aus diesen Schlussfolgerungen entstanden die „Forderungen des MVT bis 2035“ (siehe Seite 88).

Eva-Maria von Máriássy, Angelika Steinmetz-Oppeland, Ralf Werneburg, Franziska Zschäck

Die Kommunikationsstrategie des Museumsverbandes Thüringen e. V.



Definition und Ablauf

Eine Kommunikationsstrategie umfasst alle konzeptionellen Überlegungen und Maßnahmen, die zur Erreichung der festgelegten Kommunikationsziele notwendig sind und definiert, welche Wirkungen langfristig angestrebt werden sollen. Zugleich werden Prioritäten und Schwerpunkte für die Kommunikationsarbeit festgelegt. Ausgehend von den verschiedenen Kanälen wird definiert, wer mit wem, wann, wie und warum in einen Dialog tritt.

Bei der Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie wird zunächst der Ist-Zustand analysiert und ein Soll-Zustand festgelegt. Kommunikationsziele und Zielgruppen werden daraufhin definiert sowie Kernbotschaften, Inhalte und die Planung der Maßnahmen festgesetzt. Dabei müssen der Einsatz von Ressourcen als auch die Parameter für die Erfolgskontrolle festgelegt werden.

So wie ein Leitbild dem Museum dabei hilft, sich ein Profil zu geben, Aufgaben und Ziele zu definieren, genauso sinnvoll kann die Erstellung einer Kommunikationsstrategie sein. Sie ist damit ein Instrument, sich der eigenen Stärken bewusst zu werden und erkennbaren Defiziten mit entsprechenden Maßnahmen zu begegnen. Als ein offen angelegter Prozess wird dieser regelmäßig evaluiert, sodass die Maßnahmen an aktuelle Gegebenheiten angepasst werden können.

Die Kommunikation bildet die Grundlage der Zusammenarbeit zwischen dem Museumsverband Thüringen e. V. (MVT) und seinen Mitgliedsmuseen, Vereinen und Partnern. Mit der Kommunikationsstrategie werden sowohl Ziele als auch Maßnahmen verschriftlicht.

Vor- und Nachteile

Ein wichtiger Baustein in der Kommunikation ist das Bereitstellen von Informationen an die Zielgruppe beziehungsweise Zielgruppen. Einer der wichtigsten Vorteile einer erfolgreichen und zielorientierten Öffentlichkeitsarbeit ist, dass sich die Reichweite erhöht und eine größere Bekanntheit geschaffen wird. Das kann beispielsweise durch eine aktive Pressearbeit, eine regelmäßige Pflege der Social-Media-Kanäle aber auch durch die Pflege persönlicher Kontakte erfolgen. Dadurch werden ein positives Markenimage und zugleich Glaubwürdigkeit und Vertrauen innerhalb der Zielgruppen erzeugt.

Für die Öffentlichkeitsarbeit an sich gibt es kein festes Messsystem, um den Erfolg der Maßnahmen zu ermitteln. Ob eine Pressemeldung veröffentlicht wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab, auf die nur im eingeschränkten Maß Einfluss genommen werden kann. Die Medienlandschaft ist sehr dynamisch und verändert sich ständig, sodass sie stets im Blick behalten werden muss. Oft werden die Meldungen an mehrere Journalistinnen und Journalisten weitergeleitet, von denen sich nur wenige den Inhalten widmen. Daher gibt es kaum Kontrollmöglichkeiten, ob Artikel veröffentlicht werden. Umso wichtiger ist es, das übergeordnete Ziel im Auge zu behalten und spannende Themen anzubieten.

Eine Kommunikationsstrategie liefert keine garantierten Ergebnisse. Wenn die Zielgruppen in einer Kampagne nicht reagieren, kann es bedeuten, dass die Kernbotschaften nicht aussagekräftig genug waren. Daher müssen die Strategie beziehungsweise die Maßnahmen weiterhin an die Zielgruppen an-

gepasst werden. Eine erfolgreiche Strategie braucht folglich Zeit, um sich zu entwickeln. Ebenso benötigen die Zielgruppen Zeit, sich mit den Inhalten und Botschaften auseinanderzusetzen. Das Entwickeln einer Kommunikationsstrategie ist daher ein langfristiger Prozess.

Die Kommunikationsstrategie des MVT

Die Kommunikationsstrategie des MVT wurde in einem gemeinsamen, offen angelegten Prozess von der Geschäftsstelle und dem Vorstand im Frühjahr 2023 erarbeitet. Sie baut auf die jahrelange Vorarbeit früherer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf. Ausgehend von den verschiedenen Kommunikationswegen, die der MVT einschlägt, wurde der Ist-Zustand der letzten Legislaturperiode von 2019 bis 2023 analysiert und ein Soll-Zustand festgelegt. Für jeden Bereich der Kommunikation, wie beispielsweise für die Pressearbeit, die Printmedien oder den Umgang mit internen und externen Partnern, wurden einzelne Ziele und Zielgruppen definiert sowie Maßnahmen unter Einsatz der vorhandenen Ressourcen erarbeitet.

Ein Beispiel aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Der MVT nutzt die Pressearbeit proaktiv. Themen wie die Besucherzahlstatistik, der Internationale Museumstag und der Verbandstag werden als feste Themen jährlich im Presseplan des MVT eingeplant. Als Medien und Plattformen eignen sich hierfür unter anderem Pressemitteilungen, Pressegespräche oder Pressekonferenzen. Ein wichtiges Ziel, das sich der MVT setzt, ist sowohl gegenüber der Presse als auch gegenüber den Mitgliedsmuseen als „Stimme der Museen“ und somit als wichtige Institution in der Thüringer Museumslandschaft wahrgenommen

zu werden. Hierfür wird der Vorstand verstärkt seine Lobbyarbeit nutzen, um die Anliegen der Mitgliedsmuseen in der Öffentlichkeit zu vertreten und Forderungen durch Stellungnahmen zu platzieren.

Ähnlich verhält es sich mit der Social-Media-Strategie. Die Social-Media-Kanäle dienen dem MVT dazu, sich und seine Arbeit vorzustellen und Interesse an museumsrelevanten Themen bei den Followern zu wecken. Ausstellungen, Veranstaltungen und Projekte aus den Mitgliedsmuseen werden geteilt, sodass der Bekanntheitsgrad der Einrichtungen gesteigert wird und die Followerinnen und Follower zu einem Besuch vor Ort animiert werden. Nicht jedes Museum hat personelle Ressourcen beziehungsweise die Möglichkeit, Social-Media-Kanäle zu betreiben und zu bespielen. Hier können Museen auf das Angebot des MVT zurückgreifen und über die Verbandskanäle Informationen veröffentlichen. Ein Erfolgsparameter liegt hierbei nicht in der Anzahl der Likes und Kommentare, denn die Nutzenden wollen in der Regel unterhalten werden und konsumieren die Beiträge eher passiv als aktiv. Hier sollten realistische Ziele gesetzt werden. Daher orientiert sich der MVT an einem stetigen Wachstum der Followerinnen und Follower. In einem nächsten Schritt wird das Layout auf den Social-Media-Kanälen angepasst. In Verbindung mit dem Corporate Design des MVT soll ein Wiedererkennungswert bei den Nutzerinnen und Nutzern erzeugt werden.

Die Kommunikation mit den Mitgliedsmuseen ist sehr komplex. Der Austausch findet beispielsweise persönlich im Rahmen der Museumsberatung oder untereinander in Weiterbildungen und Arbeitskreisen statt. Fast wöchentlich erhält der MVT durch diverse Verteiler und Newsletter Informationen zu neuen Förderprogrammen, regionalen und überre-

gionalen Veranstaltungen, Museumsleitfäden und Publikationen, die für die Museen relevant sind. Hier gilt es, die Kommunikationskanäle zu reflektieren und zu optimieren. Perspektivisch wird ein Newsletter-Tool für den monatlichen Museumsbrief eruiert. Der Versand der Rundmails beschränkt sich dann auf dringliche Informationen und fokussiert sich auf die Einladungen zu den Veranstaltungen des MVT. Hier ändert sich die Technik, nicht aber der Inhalt.

Die Mitgliedsmuseen erhalten mit den Thüringer Museumsheften eine weitere Plattform, um über eigene Erfahrungen zu Projekten zu berichten, die

für die Museumskolleginnen und -kollegen hilfreiche Informationen beinhalten und zu Denkanstößen und eigenem Handeln anregen können. Zweimal jährlich publiziert der MVT zu wechselnden Themenschwerpunkten. Es wird weiterhin darüber nachgedacht, das Format zeitgemäßer zu gestalten.

Die Kommunikationsstrategie kann auf Anfrage bei der Geschäftsstelle des MVT eingesehen werden. Sie wird auf Grundlage der Evaluierung stetig angepasst.

Stefanie Keil

Ein Fotograf und seine Muttersprache: Barrierefreiheit und Inklusion für Gehörlose am Beispiel einer Fotoausstellung

Im Rahmen des Landesvoluntariatsprogrammes besteht für die Volontärinnen und Volontäre der Mühlhäuser Museen jeweils die Möglichkeit, eine Ausstellung zu gestalten. Dafür wurde in diesem Jahr erneut das Obergeschoss des Wedemeyerschen Gartenhauses auf der Historischen Wehranlage für eine Fotoausstellung bereitgestellt, die zwischen Gründonnerstag und dem Reformationstag saisonal geöffnet war.

Mein Volontariat begann im April 2022 und legte die Schwerpunkte auf Digitalisierung und Objekterfassung. Dadurch sollte vor allem die Einarbeitung der umfassenden Sammlungen der

Mühlhäuser Museen in die Datenbank digiCULT web gefördert werden. Durch meine Vorerfahrung im Umgang mit historischem Fotomaterial begann ich, das Fotoarchiv zu sichten und die ersten Digitalisate mit Blick auf die Landesausstellung „freiheit 1525. 500 Jahre Bauernkrieg“, die ab 2025 im Kulturhistorischen Museum Mühlhausen zu sehen sein wird, anzufertigen. Für die Fotoausstellung, die am Gründonnerstag 2023 eröffnet werden sollte, reichte ich ein Konzept beim Freundeskreis Mühlhäuser Museen e. V. ein. Das Thema war die Geschichte der Porträtfotografie, erzählt anhand von sogenannten Fotokarten. Zu meiner Freude wurde das Konzept vom Freundeskreis für den Friedrich-August-Stüler-Preis ausgewählt und die Ausstellung großzügig unterstützt.

Der Titel der Ausstellung „Auf Glas und Karton: Gesichter einer Stadt“ verband die Materialität der Exponate mit den Motiven. Die Fotokarte, die bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts sehr beliebt war, wurde zum Ausgangspunkt einer exemplarischen Erklärung der Entwicklung der frühen fototechnischen Verfahren. Außerdem beeinflusste sie Konzept und Gestaltung. So entschieden wir uns dafür, die Wandtafeln auf 10 mm recyclebarem Wabenkarton drucken zu lassen, wobei originale Gestaltungselemente der *Carte de Visite* und *Carte cabinet* aufgegriffen wurden.

Anhand von zwei frei drehbaren Holzmodellen konnten die Besucherinnen und Besucher die physikalischen Prinzipien der Camera obscura selbst erkunden. Eine Wandtafel verdeutlichte, wie die Lichtempfindlichkeit von Silbersalzen entdeckt und



Blick durch den Ausstellungsraum. (Foto: Susann Backhaus, Mühlhäuser Museen)

für die Fotografie nutzbar gemacht wurde. Die Motive waren ein weiterer Teil der Ausstellung. Dazu erläuterten zwei Tafeln das Medium Fotokarte, ihre Funktion und ihre Entwicklung. Eine Hands on Station in Form eines Fotoalbums lud zum Blättern ein und porträtierte stellvertretend zehn Frauen und Männer aus Mühlhausen, die oft im Schatten der bekannteren Persönlichkeiten der Stadt stehen. Zusätzlich visualisierte ein drei Meter langer Zeitstrahl die Geschichte der Fotografie, angefangen bei den ersten Aufzeichnungen zur optischen Physik aus der griechischen Antike bis hin zur Digitalfotografie und dem Einfluss von Social Media auf unseren Umgang mit Bildern.

Die Ausstellung rückte vor allem ein Gesicht in den Vordergrund: Ferdinand Tellgmann. Der aus Eschwege stammende Sohn einer Pächterfamilie verlor in seiner Kindheit durch eine Scharlacherkrankung das Gehör. Als junger Mann durchlief er eine Malerausbildung in Kassel und stieg sehr früh in die Fotografie ein. Seine Eheschließung mit der italienischstämmigen Cäcilie Bregazzi brachte ihn schließlich dauerhaft nach Mühlhausen.

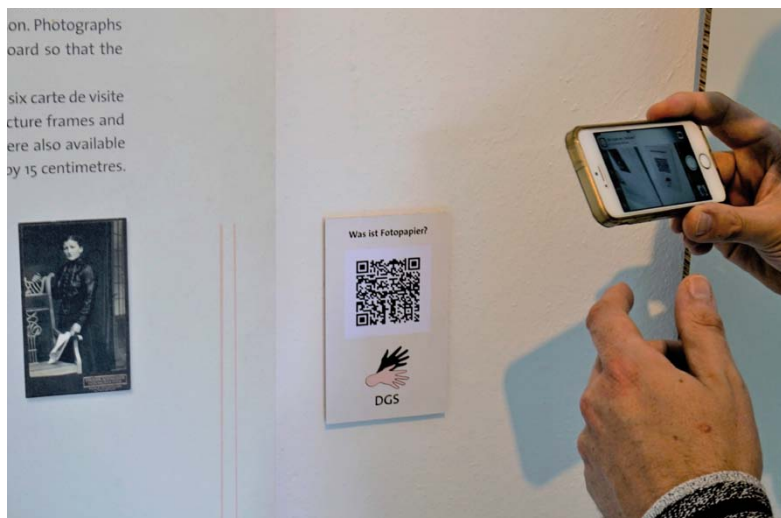
Die besondere Biografie von Ferdinand Tellgmann wurde Anlass dafür, die Deutsche Gebärdensprache als Teil der Ausstellung zu begreifen. Die zehn Texttafeln wurden mit Blick auf ein breites Publikum in einfacher Sprache verfasst. Für Gehörlose ist Deutsch eine Fremdsprache, das geschriebene Wort gehört nicht zu ihrer Kultur. Lange und umständliche Sätze mit Synonymen und Metaphern, die augenscheinlich den Text lebendiger gestalten, stellen kognitive Barrieren dar und schaffen Distanz, nicht nur für Gehörlose. Wichtiger als eine Verschlankung der deutschen Schriftsprache wurde jedoch die Produktion von acht Videos in Deutscher Gebärdensprache, die sich bereits in den Inhalten

an der stark bildhaften Sprache der Gehörlosen orientierten. Sie erläuterten zusätzliche Informationen und wurden mit deutschen Untertiteln versehen, um auch für Hörende nutzbar zu sein.

In den Videos wurde beispielsweise auf die Lichtempfindlichkeit von Silbersalzen oder die Herstellung von Fotopapier eingegangen. Zwei andere Videos berichteten aus dem Leben von Ferdinand Tellgmann und erzählten die Geschichte der Deutschen Gebärdensprache. So erfuhren die Besuche-



Selbstporträt von Ferdinand Tellgmann, Mühlhausen 1851, Kontaktabzug auf Salzpapier. (Digitalisat: Fotosammlung Mühlhäuser Museen)



Die QR-Codes sind mit dem typischen Symbol der Gebärdensprache gekennzeichnet. (Foto: Etienne Genedl, Mühlhäuser Museen)

rinnen und Besucher, dass Gehörlose nach dem Mailänder Kongress von 1880 systematisch diskriminiert wurden. Die Verwendung ihrer Sprache wurde in den Schulen verboten und sie mussten mit erheblichen Zeitaufwand die Lautsprache lernen. Im Ergebnis blieb der Unterrichtsstoff hinten an. Durch ihre schlechte Ausbildung entstand das teilweise bis heute bestehende Vorurteil, dass Gehörlose weniger intelligent wären.

QR-Codes in der Ausstellung ermöglichten, diese Filme bequem auf dem eigenen Mobilgerät abzurufen. Hier haben wir auf die Gewohnheiten der Gehörlosen gesetzt, die erfahrungsgemäß sehr technikaffin sind, Videofonie im Alltag nutzen und

dementsprechend meist über ein großes mobiles Datenvolumen verfügen. Als Partner konnte der Landesverband der Gehörlosen Thüringen e. V. mit Sitz in Erfurt gewonnen werden. Die Videos wurden mit der hauseigenen Technik entwickelt und sind in Form einer Playliste auf dem YouTube-Kanal der Mühlhäuser Museen auch nach Ausstellungsende nutzbar.

Die Fotoausstellung verstand sich insgesamt sowohl als ein Angebot an Gehörlose als auch an „hörende“ Besucherinnen und Besucher, die spielerisch eine neue Erfahrungsebene erkunden konnten. Die Sprache von Ferdinand Tellgmann wurde Teil der Vermittlung und keine bloße ergänzende Übersetzung. Die Videos bildeten eine weitere inhaltliche und mediale Ebene, die sich dem annähert, was Inklusion kann und soll: etwas zu schaffen, das alle nutzen können.

Auch wenn gerade die Historische Wehranlage mit Blick auf die vielen Treppen und Türme für Menschen mit einer Geh- oder Sehbehinderung wahrscheinlich nie völlig barrierefrei sein wird, ist jeder Schritt auf dem Weg zu einer besseren Zugänglichkeit wichtig. Die Fotoausstellung bewirkte durch diese Schwerpunktsetzung sowohl innerhalb des Teams als auch im Zweckverband Mühlhäuser Museen und dem Freundeskreis eine erneute Sensibilisierung für Barrierefreiheit und eine Bewusstmachung, mit welchen Mitteln sie zu erreichen ist. Das „Museum für alle“ ist zu einem geflügelten Wort in der Museumslandschaft geworden. „Museum für so viele wie möglich“ ist der Weg zu diesem Ziel.

Etienne Genedl

Autorinnen und Autoren



- Brodrecht, Dr. Maja
Leiterin des Museums642 – Pöbnecker Stadtgeschichte und Leiterin des Kulturamtes der Stadt Pöbneck
- Dunse, Antje
Leiterin des Museums Reichenfels, Hohenleuben
- Ehrhardt, Julia
Kunstvermittlerin am Lindenau-Museum Altenburg
- Forster, Angelika
Leiterin studio/Vermittlung am Lindenau-Museum Altenburg
- Gebser, Franziska
Wissenschaftliche Mitarbeiterin des Museum642 – Pöbnecker Stadtgeschichte
- Genedl, Etienne
Wissenschaftlicher Volontär für Digitalisierung und Objekterfassung der Mühlhäuser Museen
- Hecht, Sybill
Referentin für musisch-ästhetische Fächergruppen im Referat 2.1 am Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien, Bad Berka
- Hofmann, Marlene
Leiterin des Arbeitskreises Digitales Museum des Museumsverbandes Thüringen e. V., Marketing und Kommunikation am Museum Burg Posterstein
- Kaiser, Dr. Ulrike
Direktorin der Stiftung Leuchtenburg
- Keil, Stefanie
Referentin für Medienarbeit und digitale Kommunikation des Museumsverbandes Thüringen e. V., Erfurt
- Kramer, Lisa
Marketing Managerin bei der Thüringer Tourismus GmbH, Erfurt
- Krauß, Lars
Kustode Fürstliche Erlebniswelten Schloss Schwarzburg und Kloster Paulinzella, Thüringer Landesmuseums Heidecksburg
- Kruschke, Dr. Roland
Präsident des Museumsverbandes Thüringen e. V., Direktor der Altenburger Museen
- Maass, Steffi
Museumpädagogin der Mühlhäuser Museen
- Mappes, Prof. Dr. Timo
2. Vizepräsident des Museumsverbandes Thüringen e. V., Vorsitzender der Stiftung Deutsches Optisches Museum (D.O.M.) Jena
- Müller, Sandra
Geschäftsführerin des Museumsverbandes Thüringen e. V., Erfurt

- Nettke, Prof. Dr. Tobias
Professor für das Lehrgebiet Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen im Bachelorstudiengang Museologie sowie im Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- Steinmetz-Oppeland, Dr. Angelika
Museumsberaterin des Museumsverbandes Thüringen e. V., Erfurt
- Taxis, Katharina
Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Koordinierungsstelle Provenienzforschung des Museumsverbandes Thüringen e. V., Erfurt
- Tiersch, Manuela
Museumspädagogin am Museum für Ur- und Frühgeschichte Thüringens, Weimar
- Von Máriássy, Eva-Maria
Ehemaliges Vorstandsmitglied des Museumsverbandes Thüringen e. V.
- Wagner, Prof. Dr. Jens-Christian
Stiftungsdirektor Stiftung Gedenkstätten Buchenwald und Mittelbau-Dora und Lehrstuhlinhaber für Geschichte in Medien und Öffentlichkeit am Historischen Institut der Friedrich-Schiller-Universität Jena
- Wehrmann, Friederike
Referentin Kulturelle Bildung der Klassik Stiftung Weimar
- Werneburg, Ralf
Ehemaliges Vorstandsmitglied des Museumsverbandes Thüringen e. V., Direktor und Leiter der Abteilung Paläontologie, Geologie und Biologie des Naturhistorischen Museums Schloss Bertholdsburg Schleusingen
- Zschäck, Franziska
1. Vizepräsidentin des Museumsverbandes Thüringen e. V., Leiterin des Thüringer Freilichtmuseums Hohenfelden

Impressum

Herausgeber:

Museumsverband Thüringen e. V.

V.i.S.d.P.:

Dr. Roland Krischke

Redaktion:

Dr. Ulf Häder, Stefanie Keil, Sandra Müller,
Katja Rettig, Dr. Angelika Steinmetz-Oppelland

Redaktionsschluss:

27. Oktober 2023

Anschrift:

Museumsverband Thüringen e. V.
Wallstraße 18 | 99084 Erfurt
Telefon: 0361 5513871
E-Mail: info@museumsverband-thueringen.de
Internet: www.museumsverband-thueringen.de
<https://facebook.com/museumsverband.thueringen>
<https://twitter.com/mvthueringen>

Gestaltung und Herstellung:

2C Media Werbeagentur
Inh. Steffen Dietz
98553 Schleusingen

Die Thüringer Museumshefte erscheinen 2023 zweimal, im Juni und im Dezember. Sie werden an die Museen in Thüringen, an deren Träger, Freunde und Partner abgegeben. Die Schutzgebühr beträgt 5,00 Euro.

Herausgeber und Redaktion übernehmen keine Forderungen, die aus Rechten Dritter zu einzelnen Beiträgen entstehen. Für unverlangt eingesandte Texte, Fotos und Materialien wird keine Haftung übernommen.

Die Thüringer Museumshefte und alle in ihnen enthaltenen Beiträge, Fotos und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung der Autorinnen und Autoren beziehungsweise der Redaktion unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung in elektronische Systeme. Die Thüringer Museumshefte bieten ein Forum der Meinungsfreiheit. Die Inhalte sowie die Verwendung der Bezeichnungen für die Geschlechter der einzelnen Artikel liegen daher im Verantwortungsbereich der jeweils genannten Autorinnen und Autoren.

© Museumsverband Thüringen e. V., bei den Autorinnen und Autoren, Fotografinnen und Fotografen sowie bei den Museen. Falls nicht anders vermerkt, liegen die Nutzungsrechte an den Fotos bei den Museen.

Sammlung von Werken des Malers Oscar Gessner

Freude und Herausforderung

Der Vogtländische Altertumsforschende Verein zu Hohenleuben (VAVH), heute Träger des Museums Reichenfels, hat in seiner fast 200-jährigen Geschichte immer wieder prominente Mitglieder verzeichnen können. Ob es Wissenschaftler waren wie Rudolf Virchow, Friedrich Klopffleisch und Konrad Duden oder Volkskundler, Schriftsteller, Künstler, sie alle haben ihre materiellen Spuren im Verein hinterlassen. Eine besondere Freude war es daher, dass sich die Nachfahren des ehemaligen Vereinsmitgliedes, Gymnasiallehrer Paul Feustel aus Gera, meldeten und dem Museum eine Sammlung von Werken des Malers Oscar Gessner übergeben wollten. Professor Oscar Gessner, 1890 in Triebes geboren, lebte und arbeitete bis zu seinem Tod 1954 in Neuärgerniß, nur wenige Kilometer von Hohenleuben entfernt, und war ebenfalls Vereinsmitglied im VAVH. Sein größter Mäzen und Förderer Paul Feustel hatte zu Lebzeiten eine beachtliche Sammlung an Zeichnungen, Pastellen, Lithografien und Ölgemälden direkt vom Maler erworben, die nun fast vollständig als Schenkung und Dauerleihgabe an das Museum Reichenfels gingen. Dass es sich dabei um über 100 Werke sowie handschriftliche Dokumentationen, Sammlungsverzeichnisse und Fotos handelte, war neben der großen Freude auch eine ebenso große Herausforderung für das Museum. Alle Werke wurden digital mit Bildnachweisen erfasst. Hier gilt unser Dank dem Team „Digitales Kulturerbe“ der ThULB. Dazu wurde am 14. Oktober 2023 die Sonderausstellung „Oscar Gessner – ein wiederzuentdeckender Maler aus Ostthüringen“



Das Ölgemälde von Oscar Gessener, das 1912 entstand, zeigt seinen Förderer Paul Feustel als Student. (Foto: Marcus Rebhan | FSU Jena – ThULB, Museum Reichenfels)

mit begleitendem Ausstellungskatalog eröffnet. Die Werke wurden im neuen Gemäldedepot, das über das LEADER-Programm des TLL R gefördert wurde, untergebracht. Unser Dank gilt den Nachfahren von Paul Feustel, die Verein und Museum das Vertrauen schenken und das Erbe der beiden Altmitglieder in unsere Hände legten.

Antje Dunse



Kontakt

Museumsverband Thüringen e. V.
Wallstraße 18 · 99084 Erfurt

Telefon 0361 5513871
Telefax 0361 5513879

info@museumsverband-thueringen.de
www.museumsverband-thueringen.de
www.facebook.com/MuseumsverbandTh
www.twitter.com/MVThueringen

