

Einleitung.....	5
Kapitel I Erläuterung der Grundbegriffe.....	6
1. Museumspädagogik.....	6
2. Medien.....	8
3. Medienpädagogik.....	10
4. Aufgaben der Medienpädagogik.....	13
Kapitel II Traditionelle Methoden der Vermittlung in Museen.....	15
1. Ästhetisches Lernen und visuelles Training	16
2. Die Führung.....	23
2.1. Die traditionelle Führung.....	23
2.2. Das Führungsgespräch	24
2.3. Grundsätze bei Führungen	25
2.4. Kinder- und Schülerführungen	26
2.5. Das Ferienspiel	27
2.6. Entstehung und Bedeutung von Kinder- und Jugendmuseen.....	28
2.7. Lehrerführungen	31
2.8. Dia- und Filmvorführungen.....	31
2.9. Der Audio Guide	32

3. Der stumme Führer – Folder und Beschilderung.....	33
3.1. Die Beschilderung	33
3.2. Der Saaltext	34
3.3. Der Folder.....	34
Kap III Einsatz von interaktiven Medien in Kunstmuseen	36
1. Vorteile von interaktiven Medien	37
2. Lerneffekte durch die Anwendung von interaktiven Medien	39
3. Auswirkungen auf das Besucherverhalten durch den Einsatz von interaktiven Anwendungen	41
4. Computerterminals	41
5. Digitale Galerie.....	42
6. Ausgegliederte interaktive Medien.....	45
Kapitel IV Das Kunsthistorische Museum und dessen museumspädagogische Struktur	49
1. Geschichte.....	49
2. Status Quo des Kunsthistorischen Museums.....	49
3. Medien- bzw. Museumspädagogische Ansätze im KHM	50
4. Methoden der Vermittlung im KHM	52
4.1. Persönliche Führungen im KHM.....	52

4.2.	Der Audio Guide im KHM.....	54
4.3.	Die Beschilderung im KHM.....	55
4.4.	Der Folder im KHM	55
4.5.	Der Museums-Shop des KHM.....	56
4.6.	Das Internetangebot des KHM.....	58
4.7.	Das Ferienspiel im KHM.....	58
4.8.	Vorträge im KHM	59
5.	Stärken-Schwächen Analyse	59
Kapitel V	Entwicklung eines medienpädagogischen Konzeptes für das Kunsthistorische Museum	66
1.	Die Befragung im Kunsthistorischen Museum Wien.....	66
1.1.	Forschungsbericht	66
1.2.	Darstellung der Ergebnisse	67
1.2.1.	Auswertung SchülerInnenfragebogen.....	69
1.2.2.	Interpretation der Daten aus der SchülerInnenbefragung	83
1.2.3.	Überprüfung der Hypothese.....	90
1.2.4.	Interpretation der Meinungen der befragten Lehrpersonen	90
1.2.5.	Überprüfung der Hypothese:	93
2.	Das medienpädagogische Konzept für das KHM.....	94
2.1.	Schwerpunkte des Konzeptes	95
2.2.	Präsentation des Konzeptes	98
Kapitel VI	Conclusio	102

Literaturverzeichnis	104
Abbildungsverzeichnis.....	109
Anhang.....	110

Einleitung

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Medien- und Museumspädagogik im Kunsthistorischen Museum Wien (KHM) und erarbeitet Ideen für ein modernes, museumspädagogisches Konzept für das KHM.

Folgende Forschungsfrage liegt der Arbeit zu Grunde:

„Wie kann Medienpädagogik im Ausstellungswesen genutzt werden, um Jugendliche und Schülergruppen für einen Besuch des Kunsthistorischen Museums zu interessieren?“

Als Methode, um diese Frage zu beantworten, wurde eine deduktive Vorgehensweise gewählt, welche Ableitungen aus einem theoretischen und empirischen Teil gewinnt.

In den ersten zwei Kapiteln werden Grundbegriffe der Museums- und Medienpädagogik sowie Vermittlungsmethoden zwischen Besucher und Objekt erläutert. Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit dem Einsatz interaktiver Medien in Kunstmuseen, während im darauffolgenden Kapitel auf das Kunsthistorische Museum und dessen museumspädagogische Struktur eingegangen wird. Die zentrale Behandlung der leitenden Forschungsfrage wird im fünften Kapitel erarbeitet. Grundlage dafür sind Ableitungen aus der Theorie sowie die Ergebnisse einer Befragung, von Schülergruppen und Lehrpersonen, die an einer Führung im KHM teilgenommen haben. Die Arbeit endet mit der Erstellung eines medienpädagogischen Konzeptes für das KHM, welches auf einer Synthese der theoretischen und empirischen Ergebnisse beruht.

Kapitel I Erläuterung der Grundbegriffe

1. Museumspädagogik

Die Museumspädagogik hat sich aus einer Notwendigkeit heraus, die Öffnung von Kunstsammlungen für das unterschiedlich gebildete Bürgertum, im Laufe des 20. Jahrhunderts entwickelt. Es wurde zur Aufgabe der Museumspädagogik Vermittlungsarbeit zwischen den Objekten und den Besuchern zu leisten, da es zu einem Gefälle zwischen gelehrtem Wissen, Kennerblick und Kompetenz der Bildungselite und Naivität, Laienperspektive und bloßer Meinung der breiten Masse des Bürgertums kam.¹ Auch heute ist dieses Gefälle bzw. die Asymmetrie noch immer gegeben, und der Normalbesucher ist sich dieser noch immer durchaus bewusst und lässt sich dadurch schnell einschüchtern. Symptome dessen sind Schwellenhemmungen bei traditionellen Kunstmuseen sowie Desinteresse und Ablehnung. Um dem entgegenzuwirken erreichte die Museumspädagogik seit den 70er Jahren einen immer wichtigeren Stellenwert. Der Einsatz von unterschiedlichen Vermittlungsinstrumenten unter pädagogisch-didaktischen Blickwinkeln, soll schließlich „zwischen dem unhintergehbaren Anspruch der Kunst und den schwankenden Interessen und unterschiedlichen Bildungsvoraussetzungen der neuen Besucherschichten einen passablen Ausgleich finden.“²

¹ Vgl. Parmentier, In entgegengesetzter Richtung, <http://www2.hu-berlin.de/museumspaedagogik/forschung/parmentier/richtung.html>, April 2005

² Parmentier, In entgegengesetzter Richtung, <http://www2.hu-berlin.de/museumspaedagogik/forschung/parmentier/richtung.html>, April 2005

Das Vermitteln zählt neben dem Sammeln und Erforschen zu den traditionellen Aufgaben eines Museums. Die internationale Organisation „ICOM“ (International Council of Museums) verdeutlicht in ihren Statuten nochmals die grundlegenden Aufgaben eines Museums und definiert es folgendermaßen:

“A museum is a non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment.”³

Grundgedanke der museumspädagogischen Vermittlungsarbeit ist, dass der Museumsbesucher am Exponat etwas wahrnehmen, lernen und erkennen kann. Dem Betrachter soll „am Beispiel erklärt mehr klar werden, als er beim ‚naivem Gucken‘ sähe“.⁴

Manfred Tripps sieht in der Museumspädagogik eine Wissenschaft, die museumsspezifische Formen der Kommunikation untersucht, entwickelt und erprobt. Schwerpunkte liegen auf der didaktisch-methodischen und ästhetisch-attraktiven Gestaltung der Ausstellungen sowie der pädagogisch effektiven Vermittlung und Aneignung der Ausstellungsaussagen.⁵

Sammlungen und Exponate werden somit nicht nur präsentiert, sondern sollen aufgrund didaktisch-pädagogischer Überlegungen so vermittelt werden, dass der Besucher erkennen, verstehen und Wissen – einen Mehrwert also – generieren kann.

Um diesen Mehrwert zu erreichen, werden bei der Vermittlungsarbeit unterschiedliche Medien eingesetzt. Der Einsatz von Medien stützt sich dabei auf Grundsätze, die aus der Medienpädagogik bekannt sind. Das heißt also, dass die heutige Museumspädagogik auf die Medienpädagogik aufbaut und diese das wesentliche Element der Museumspädagogik darstellt.

Als Medien werden in dieser Arbeit sämtliche Vermittlungsinstrumente angesehen, die zwischen Objekt (Ausstellungsstück) und Betrachter vermitteln. Obwohl das

³ <http://icom.museum/statutes.html#2>, März 2005

⁴ Freymann, Am Beispiel erklärt. Aufgaben und Wege der Museumspädagogik, 1988, S. 1

⁵ Vgl. Tripps, Was ist Museumspädagogik?, 1990, S. 5

Objekt selbst auch als Medium angesehen werden kann, so sind für diese Arbeit nur Medien als Vermittlungsinstrumente relevant (ausgenommen im Exkurs über visuelles Training und ästhetische Wahrnehmung).

Folgendes Kapitel über Medien soll verdeutlichen, was im allgemeinen Diskurs unter dem Begriff „Medien“ verstanden wird.

2. Medien

Unter Medien versteht man Kanäle die der Übertragung von Information dienen. Ein Sender übermittelt durch ein Medium Inhalte an einen Empfänger – Kommunikation findet statt.

Es gibt unterschiedliche Arten von Medien. Folgende zwei Bereiche dienen zum allgemeinen Verständnis von Medien:⁶

Medium als materieller Zeichenträger

Danach kann jedes Zeichen (Verkehrszeichen, Objekt, Handzeichen, Sprache) selbst als Medium angesehen werden. Die Wissenschaft der Semiotik befasst sich mit diversen Zeichen- und Symboltheorien.

Massenmedien

Darunter versteht man die klassischen Medien wie Buch, Presse, Fernsehen, Radio, Film und Internet, aber auch Ton- und Bildträger wie CD's und Fotos.

Massenmedien verfügen über einige distinkte Merkmale. Sie sollen für alle zugänglich sein und zur Aufklärung und Meinungsbildung der Öffentlichkeit beitragen.

⁶ Vgl. Hoffmann, Medienpädagogik, 2003, S. 14

Massenmedien dienen der Massenkommunikation. Nach Maletzke⁷ werden Aussagen der Massenkommunikation

öffentlich

durch technische Verbreitungsmedien

indirekt

einseitig

an ein disperses Publikum vermittelt.

Wolfgang Meier⁸ teilt zudem Medien gewisse Aspekte zu. Dazu zählen der technische Aspekt, der semantische Aspekt und der pragmatische Aspekt.

Technischer Aspekt (Technik)

Dem technischen Aspekt unterliegen Medien, die bestimmte Geräte (Hardware) und/oder Software zur Produktion und Rezeption benötigen. Dazu gehören Medien der ersten Stufe wie die Fotografie und der Buchdruck. Die damit erstellte Aussage (Information) kann ohne technische Hilfsmittel wahrgenommen werden. Medien der zweiten Stufe wie TV, Radio, Tonträger, Internet benötigen sowohl zur Produktion als auch zur Wiedergabe entsprechende Hardware. So braucht der Rezipient z.B. einen Fernseher, wenn er TV-Programme empfangen will. Handelt es sich um Internetanwendungen, so benötigt der Empfänger nicht nur das Gerät (Computer), sondern auch eine bestimmte Software.

Semantischer Aspekt (Verstehen)

Der semantische Aspekt fragt nach der Gestaltung der Information, nach ihrer Präsentationsform und danach wie sie sich dem Zugriff durch die Zielgruppe erschließt und so Verständnis ermöglicht. Medien, die dem semantischen Aspekt zugehören lassen sich in statische, dynamische und interaktive Medien unterteilen.

⁷ Vg. Hoffmann, Medienpädagogik, 2003, S. 17, dort ohne Angabe der Originalquelle

⁸ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 14ff.

Statische Medien

Dazu gehören Medien wie Bilder, Bücher, Zeitschriftenartikel. Der Rezipient bestimmt selbst, wie lange er sich mit der Betrachtung Zeit nimmt und in welcher Reihenfolge.

Dynamische Medien

Hier ist die Reihung der Information vorgegeben und an einen Zeitfaktor gebunden (z.B. Videos, Filme, Tonaufnahmen).

Interaktive Medien

Interaktive Medien ermöglichen dem Rezipienten einen Einfluss auf die Auswahl, die Reihenfolge und den Ablauf von Information. Er wird zum User. Zu interaktiven Medien zählen unter anderen Multimedia, interaktives Fernsehen, Simulationen, Virtual Reality.

Pragmatischer Aspekt (Verwenden)

Beim pragmatischen Aspekt geht es nicht mehr vorrangig um das Bedienen der Technik (technischer Aspekt) oder das Verstehen und Gestalten von Informationen (semantischer Aspekt) sondern um die rein pragmatische Form der Kommunikation. Dazu zählen Massenmedien, Individualmedien (Telefon, Fax, Brief, e-mail) und Unterrichtsmedien (Lehrfilme, Folien, Tonmedien).

3. Medienpädagogik

Die Lehre über Medien sowie der sinnvolle Einsatz von Medien in der Lehre sind die grundlegendsten Elemente der Medienpädagogik.

Genauer formuliert kann man sagen, dass es sich in der Medienpädagogik um Erziehung und Bildung – um Lernprozesse der Menschen insofern sie mit Medien und medialer Kommunikation zu tun haben, handelt.

Medienpädagogik fragt nicht nur nach geplanten, intentionalen Lernprozessen per Medien, sondern auch allgemein nach Medieneinflüssen auf Lern- und

Erziehungsprozesse; auf Wirklichkeitsbereiche die durch Medien produziert oder beeinflusst werden.⁹

Medienpädagogik ist ausserdem eine Disziplin, die in die unterschiedlichsten Alltagsbereiche eingreift bzw. für viele Arbeitsbereiche grundlegend ist. Dazu zählen z.B. das Kommunizieren mit Freunden über Chatrooms, die richtige Gestaltung einer Präsentation, erfolgreiche Werbemaßnahmen oder eben die Museumspädagogik.

Zum besseren Verständnis lässt sich die Medienpädagogik in bestimmte Forschungsbereiche und Aufgaben unterteilen.

Die traditionellen Forschungsbereiche der Medienpädagogik sind folgende drei:¹⁰

Die Mediendidaktik

In der Mediendidaktik geht es um die Nutzung von Medien in Lehr- und Lernprozessen, mit dem Ziel neue Qualitäten des Lernens und Lehrens zu ermöglichen und deren Effektivität und Effizienz durch Einsatz von Technik zu steigern. Für den didaktischen Einsatz von Medien benötigt der Lehrende technische, semantische und pragmatische Kompetenz.¹¹ Das bedeutet dass Fragen der Handhabung von technischen Hilfsmitteln, Fragen der Gestaltung und Veränderung der Wirklichkeit durch ein Medium sowie Fragen der Eigenproduktion und der Verwendung von Medien vom Lehrenden verstanden und geklärt werden müssen.

Die Medienerziehung

Die Medienerziehung interessiert sich hauptsächlich für den richtigen Umgang mit Medien. Sie steht für eine Anleitung zur kritischen Reflexion von Medien und einer sinnvollen Mediennutzung. Sie soll die Fähigkeit zu aktiver und genauer Wahrnehmung fördern.

⁹ Vgl. Hoffmann, Medienpädagogik, 2003, S. 14 und S. 21f.

¹⁰ Vgl. <http://matheboard.de/lexikon/Mediennp%E4dagogik,definition.htm> , Februar 2005

¹¹ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 28

Die Medienkompetenz

Hoffmann definiert Medienkompetenz folgendermaßen:

„Medienkompetenz setzt kommunikative Kompetenz voraus: Kompetent ist, wer gesprächs- und handlungsfähig ist und beides reflexiv aufeinander beziehen kann. Medienkompetenz ist kommunikative Kompetenz auch mit und gegenüber Medien, Selbstbestimmung und soziale Kompetenz.“¹²

Maier¹³ wiederum ordnet der Medienkompetenz ein Stufenschema zu. Die bereits weiter oben erwähnte Trias der technischen, semantischen und pragmatischen Aspekte, die den Medien laut Maier¹⁴ eigen sind, wiederholt sich in diesem Schema als Kompetenzen, die man benötigt um Medienkompetenz zu erreichen:

Technische Kompetenz

Kenntnisse über den Bau und Funktion der Geräte sowie einer sachgerechten Handhabung sollen vorhanden sein.

Semantische Kompetenz

Das bedeutet, dass sich der Rezipient von Medienprodukten über Zusammenhänge zwischen deren Gestaltung und deren Ausdrucksmöglichkeiten bewusst ist. Bedeutungen, Botschaften sollen erfasst und erkannt sowie Inhalte kritisch analysiert werden.

Pragmatische Kompetenz

Die pragmatische Kompetenz zielt auf eine aktive Medienarbeit und die Fähigkeit, sich medial auszudrücken. Medien sollen nach den eigenen Interessen verwendet werden und auch genutzt werden, um mit deren Hilfe zu kommunizieren.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass Medienkompetenz die Fähigkeit darstellt über Medien sowie mittels Medien zu kommunizieren.

¹² Hoffmann, Medienpädagogik, 2003, S. 34

¹³ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 30ff.

¹⁴ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 14ff.

4. Aufgaben der Medienpädagogik

Die Medienpädagogik verfolgt bestimmte Ziele und Aufgaben.

Dazu gehören das Bewahren, das Aufklären, das Handeln und das Wahrnehmen.¹⁵

Die Aufgabe des Bewahrens geht zurück auf die Bewahrpädagogik, die gerade in den Medien und deren technischen Verbreitungsapparate (Fernseher, Computer) Gefahren negativer Beeinflussung und Manipulation auf die Lebensbereiche und Wahrnehmung von Kindern und Jugendlichen befürchtete. Heute weiß man, dass Versuche Kinder und Jugendliche von den „schlechten“ Medien fernzuhalten und mit speziellen Medienproduktionen (Unterrichtsfilme) gegenzusteuern, die Gefahr erhöht die Partizipation an Medienproduktion und Mediennutzung durch Absprechen von Mündigkeit einzuschränken oder schwer erreichbar zu machen. Das Ziel und die Aufgabe des Bewahrens ist es heute den Zugang zu kommunikationsgefährlichen Orten und Aussagen einzugrenzen.

Aufklären über die Medienlandschaft, deren Produktion und Beeinflussungsmöglichkeiten ist eine wichtige Aufgabe um zu selbständigen Denken und Handeln anzuregen und Bewusstsein zu schaffen.

In der Medienpädagogik soll es nicht nur um bewahren und aufklären gehen, sondern auch um die Anregung zu alternativen Handlungsmöglichkeiten mit Medien. Medien sollen durchaus als Produktionsinstrumente verstanden werden, die zur Entfaltung kommunikativer Kompetenz verwendet werden können und sollen.

Die Wahrnehmung ist eine besondere Form des Handelns. Sie soll für die Vielfalt der Wahrnehmungsangebote im Alltag sensibilisieren. Gesteigerte Wahrnehmungsfähigkeit hilft ebenfalls die kommunikative Kompetenz zu verbessern und soziale Rollenmuster zu steuern.

Anhand dieser Aufgaben und Ziele lässt sich schlussfolgern, dass durch Bewahren, Aufklären und Anregung zum Handeln eine Medienalphabetisierung eingeleitet werden kann. Für Medienpädagogen ist es ausserdem wichtig, sich in

¹⁵ Vgl. Hoffmann, Medienpädagogik, 2003, S. 28ff.

die Medienpolitik einzumischen. Manipulative Tendenzen sollen aufgedeckt werden sowie Kommunikationsstrukturen demokratisiert werden indem man den Rezipienten zum Subjekt macht und die Einweg-Kommunikation aufhebt.

Medienpädagogik lässt sich nun zu folgender Aussage zusammenfassen:

Medienpädagogik ist Pädagogik über Medien zur Analyse von Medien und Befähigung zu sozialer Kommunikation mit Medien.

Der Fokus der Medienpädagogik im Bereich der Museumspädagogik liegt in dieser Arbeit speziell auf dem Gebiet der Mediendidaktik. Die, der Arbeit zu Grunde liegende, Forschungsfrage will schließlich versuchen zu klären, wie der Einsatz von Medienpädagogik im Ausstellungswesen genutzt werden kann, um Jugendliche sowie Schülergruppen, zu erreichen. Für Lehrpersonen, die letztendlich die Entscheidung für einen Museumsbesuch treffen, ist daher ein didaktisch fundiertes Vermittlungsangebot von besonderem Interesse. Der Fokus liegt neben der Mediendidaktik, aber auch auf dem unterschiedlichen Angebot von Medien in Kunstmuseen, um speziell die Neugier der Jugendlichen bzw. Schüler zu wecken und Lust auf Museumsbesuche zu machen.

Kapitel II Traditionelle Methoden der Vermittlung in Museen

In diesem Kapitel sollen einige Methoden der Vermittlung zwischen Besucher und Exponat erläutert werden. Diese Methoden beziehen sich allerdings nur auf Kunst- bzw. kunsthistorische Museen und nicht auf technische, sowie naturkundliche Museen (obwohl Überschneidungen durchaus gegeben sind).

Wie bereits ausführlich beschrieben, ist das Grundprinzip der Vermittlungsarbeit, die Bedeutung und Botschaft des Objektes dem Betrachter zugänglich zu machen und dabei auf die verschiedenen Dispositionen der Besucher einzugehen.

Der gemeinsame Nenner zwischen der Museums- und Medienpädagogik ist das pädagogische Prinzip des Lernprozesses. Lernen besteht nicht aus der reinen Ansammlung von Informationen, sondern dem aktiven, produktiven Lernvorgang, der durch Selbsttätigkeit eingeleitet wird. Wahrnehmungssinne wie Sehen und Hören, der Kontext, in dem das Objekt präsentiert wird sowie die Auseinandersetzung mit der eigenen kulturellen Vergangenheit, tradierten Überzeugungen und lebensweltliche Orientierungen geben dem Objekt eine Bedeutung, die von Besucher zu Besucher unterschiedlich sein kann. Allerdings gibt es für jedes Objekt immer eine universelle Bedeutung, die der Künstler ursprünglich intendiert hat. Dafür ist es notwendig, dass das Vermittlungsmedium (z.B. die Führungsperson) das Objekt im richtigen Kontext (geschichtlich, kulturell, stilistisch usw.) präsentiert.¹⁶

Wahrnehmungsleistungen ist allerdings keine Fähigkeit, die dem Menschen a priori zur Verfügung steht. Gerade ästhetische und visuelle Wahrnehmung muss erlernt werden. Unterstützen kann man diesen Vorgang indem man bereits im Volksschulunterricht ästhetisches Lernen mit einbezieht.

¹⁶ Vgl. Parmentier, Zum Problem, (sic!) der Beschriftung, <http://www2.hu-berlin.de/orbisdigitalis/museum/beschriftg.html>, April 2005

1. Ästhetisches Lernen und visuelles Training

Maier¹⁷ ist der Ansicht, dass visuelle Wahrnehmung nicht als gegeben vorausgesetzt werden kann. Sie bedarf der Schulung auf verschiedenen Stufen. Dazu zählen die Fähigkeit einer vertieften Wahrnehmung, technische Kompetenz, semantische und pragmatische Kompetenz .

Vertiefte Wahrnehmung bedeutet die Fähigkeit zu besitzen, Bilder mit einer geeigneten Strategie intensiv wahrnehmen zu können, sprich komplexe Informationen und Inhalte wahrzunehmen.

Wie ein Bild gemacht wurde, das heißt über die Produktionsverfahren und Bedingungen der Bildherstellung Bescheid zu wissen, dieses Wissen unterliegt der technischen Kompetenz.

Die semantische Kompetenz hingegen ist die erforderliche Fähigkeit zu hinterfragen und zu erkennen, was das Dargestellte bedeutet.

Will der Lehrende Schüler diese Kompetenzen, sprich die visuelle Wahrnehmung erwerben und trainieren lassen, so muss er auch über die verschiedenen Formen der Anschauung Bescheid wissen. Unter Anschauung versteht Maier¹⁸ einen Prozess, der vom Sehen über das Denken zum Begreifen führt. Dazu hat er folgendes Modell entwickelt.¹⁹

Die ungezielte, ungerichtete und unwillkürliche Wahrnehmung

Hierbei handelt es sich um oberflächliches Betrachten eines Bildes. Das Dargestellte wird spontan, dem ersten Eindruck nach, wahrgenommen und emotional bestimmt. Somit werden z.B. Betroffenheit oder Staunen ausgelöst.

Anschauung als planvolle, gezielte, willkürliche und vertiefte Wahrnehmung

Diese Stufe der Wahrnehmung folgt einem Plan; sie richtet sich gezielt auf Details und wird durch Interesse gelenkt.

¹⁷ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 52

¹⁸ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 38

¹⁹ Vgl. Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 38ff. Der Autor verweist in Erstellung dieses Modells auf: Caselmann, Der Begriff der Anschauung in pädagogischer Sicht, 1963, S. 43-70

Die exemplarische Anschauung

Sie erlaubt es Ausprägungen eines bestimmten Merkmals (z.B. Pinselführung in einem Ölgemälde) auf andere Erscheinungsformen der selben Kategorie zu übertragen (erkennt Pinselführung bei einem andern Bild wieder und schließt auf den selben Maler).

Die dynamische Anschauung

Diese Form der Anschauung umfasst die Wahrnehmung dynamischer Prozesse. Dazu zählen z.B. Bilderserien über Fertigungsprozesse oder historische Entwicklungen

Die umfassende Anschauung

Sie umspannt alle Facetten eines Begriffs, Phänomens, Problems oder Gegenstandes und verbindet sie zu einem Ganzen. Hierzu zählen Bilder, die mit dem Dargestellten mehr als nur einen Begriff präsentieren und alle, zum Begriff dazugehörigen Facetten, vereint bzw. auf diese rückschließen lässt. Unter umfassende Anschauung versteht man somit die Fähigkeit komplexe Symbolsysteme zu lesen und zu deuten.

Detlef Schnoor²⁰ fügt diesem Schema der Anschauung noch vier Gegensatzpaare bei:

1. Lebensnähe und Distanz
2. Nähe und Distanz
3. Abstraktion und Konkretisierung
4. Vollständigkeit und Unvollständigkeit

1a) Lebensnähe

Bilder müssen über eine gewisse Lebensnähe verfügen, um gelesen werden zu können. Gerade das Wiedererkennen von Einzelheiten verschafft einen ersten Zugang.

²⁰ Vgl. Schnoor, Sehen lernen in der Fernsehgesellschaft, 1992, o. A., zit. bei Maier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 40ff.

1b) Distanz

Der Faktor „Fremdheit“ in einem Bild motiviert zu gezielter Wahrnehmung. Deutlich wird dies bei abstrakter Malerei, die keine Lebensnähe aufweist und zuerst nicht verstanden wird. Es wird zur Auseinandersetzung mit dem Bild angeregt.

Ein zuviel an Lebensnähe (völlig durchschaubare Handlungsabläufe) lassen Langeweile aufkommen und bringen keinen Lernzuwachs. Zuviel Distanz wiederum führt zu Unverständnis und Überforderung.

2a) Nähe

Bilder schaffen Nähe und wirken zunächst emotional. Dadurch wird ein unmittelbarer erster Zugang zum Bild eröffnet. Gefühle wie Betroffenheit, Staunen, Provokation u.v.m. werden hergestellt.

2b) Distanz

Bilder ermöglichen dem Betrachter aber auch die nötige Distanz, um das Dargestellte reflektieren zu können. So kann z.B. ein Foto über ein Flüchtlingslager Betroffenheit auslösen, schafft aber auch Distanz, um über die Zustände dieser abgebildeten Situation nachdenken und diskutieren zu können.

3a) Abstraktion

Fakten, Prozesse, Modelle und Theorien können mit Hilfe der Abstraktion (statistische Darstellungen, Skizzen, etc.) veranschaulicht werden.

3b) Konkretisierung

Im konkreten Abbild hingegen verdeutlichen sich allgemeine Zusammenhänge. Zusätzlich werden abstrakte Zusammenhänge und Begriffe oft konkretisiert (Diagramme veranschaulichen Fakten – diese weisen auf eine konkrete Situation hin).

4a) Vollständigkeit

Perfekte, vollständige Bilder unterstützen eine oberflächliche Wahrnehmung, fördern aber keine intensive geistige Auseinandersetzung, da der Eindruck vermittelt wird, dass das perfekt Abgebildete ohnehin die Botschaft, die gelesen werden soll, offensichtlichst präsentiert.

4b) Unvollständigkeit

Unperfekte, unvollständige Bilder sind wichtig, um den Betrachter zu einer Auseinandersetzung mit dem Dargestellten anzuregen. Aktives, geistiges Handeln wird unterstützt, eine vertiefte Wahrnehmung erleichtert und Lernerfolg gesichert.

Diese Stufen und Aspekte der Wahrnehmung sowie die semantische, technische und pragmatische Kompetenz lassen sich im Unterricht mit dem gezielten Einsatz von Bildmedien trainieren. Es gilt die Fragen ‚Was ist überhaupt dargestellt?‘, ‚Was bedeutet das Bild?‘ und ‚Wie wurde das Bild gemacht?‘ zu beantworten. Im Rahmen von Medienerziehung besteht verstärkt die Möglichkeit zur Bearbeitung der Frage ‚Wie kann ich meine Beobachtungen, Einsichten, meine Meinung und meine Gefühle mit Bildern anderen mitteilen?‘.

Mediendidaktik und Medienerziehung fördern also die Fähigkeit zu aktiver und genauer Wahrnehmung.

Der Besuch der Gemäldegalerie eines Kunstmuseums kann diese Aufgaben unterstützen. Sinnvoll ist es dann aber auch, wenn das Bild, das betrachtet und erklärt werden soll, bereits vorher im Unterricht vorbereitend bearbeitet wird (z.B. Hintergrundinformationen über das Genre, den Künstler, etc.).

Gezielter Einsatz von sinnlichem Lernen kann das Erlernen bzw. Trainieren visueller Wahrnehmung wesentlich erleichtern. In der Literatur gibt es gerade bezogen auf das Arbeiten mit Bildern berühmter Maler einige Beispiele.²¹

²¹ Vgl. dazu Staudthe (Hrsg), Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, 1993

Im Rahmen des Unterrichts einer Volksschulklasse gab es die Idee, das Thema Familie durchzunehmen.²² Die Kinder sammelten Familienfotos und Zeitungsausschnitte auf denen Familien abgebildet waren. Im Unterricht wurden dann Merkmale (Gemeinsamkeiten zwischen den Bildern sowie Unterschiede) der Bilder erarbeitet und es wurde versucht zu klären (z.B. „Warum steht der Vater in den meisten Bildern hinter seiner Familie und nicht neben ihr?“).

Die unmittelbare Lebensnähe, die diese Bilder vermittelten ermöglichte den Kindern einen schnellen Zugang zum Thema. Schließlich betrachtete man auch noch eine Abbildung des Familiengemäldes von Rembrandt aus dem 17. Jahrhundert, welches im Herzog-Anton-Ulrich-Museum hängt. Obwohl es in diesem geschilderten Projekt hauptsächlich um Familie und Familienaufstellung ging, so ließe sich dieses Beispiel gut dafür nutzen, um Schüler mit bestimmten Malern, Genres und geschichtliche Hintergründe bekannt zu machen. Ein Besuch des Museums und eine gezielte Führung würden das bereits Erarbeitete fundieren und memorieren, sowie zusätzliche Lernprozesse einleiten.

Andere Projekte, die berühmte Maler involvieren und sinnlich-kognitives Lernen anregen sollen, findet man ebenfalls bei Staudte²³ bezogen auf Dürer und Chagall. In einer dritten Volksschulklasse wurde den Kindern eine Fotografie des Bildes „Ich und das Dorf“ von Chagall gezeigt. Typisch für den Maler Marc Chagall sind Bilder, die wie Traumsequenzen Wirklichkeit und Absurdes zusammen darstellen. Die Kinder bekommen die Aufgabe gestellt, das Bild in Ruhe zu betrachten und dann ein Bild unter dem Begriff ‚Tiere wie im Traum‘ zu malen.

Das Bild vermittelt einerseits Lebensnähe durch dargestellte dörfliche Tätigkeiten, andererseits aber auch Fremdheit durch abstrakte, absurde Elemente, die zum Nachdenken anregen. Auch weckt Chagalls Bild sofort Emotionen, da Nähe zum Träumen und eigenen Traumerfahrungen angesprochen werden. Diese Charakteristika des Bildes motivieren die Kinder und lassen sie erstaunliche Bilder produzieren. Aufgaben und Lernprozesse wie diese, helfen Kindern Sprachlosigkeit mit Hilfe von Bildern zu überwinden.²⁴

²² Vgl. Otto, Sammeln – Machen – Verstehen, 1993, S. 145ff.

²³ Vgl. Staudte (Hrsg), Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, 1993

²⁴ Vgl. Garlichs, Chagall und die Folgen, 1993, S. 82ff.

Das Projekt Dürer²⁵ wurde ebenfalls in einer Volksschulklasse durchgeführt und wollte die Kinder zu einer vertieften Wahrnehmung eines scheinbar perfekten Bildes anregen.

Den Schülern wurde jeweils eine Kopie des Bildes ‚Eichhörnchen‘ von Albrecht Dürer vorgelegt.



Quelle: <http://www.poster.de/Duerer-Albrecht/Duerer-Albrecht-Eichhoernchen-1512-9300011.html>
Abbildung 1

Die Aufgabe war, auf den verbleibenden Platz um die naturgetreu abgebildeten Eichhörnchen (beide sitzen nebeneinander; eines davon isst eine Nuss) ergänzend zu malen wo, nach den Annahmen der einzelnen Kinder, die Eichhörnchen leben. Hier war gefordert, dass sich die Schüler auf ein einfaches, ruhiges Bild einlassen. Sich zu konzentrieren, zu reflektieren und sich schlussfolgernd zu überlegen, wo die Tiere leben und was sie gerade machen.

²⁵ Dehn, Mit Dürers ‚Eichhörnchen‘ in Klasse 1, 1993, S. 91ff.

Diese drei Beispiele zeigen deutlich, wie zielführend und interessant ästhetische Erziehung bzw. visuelles Training im Unterricht mit Hilfe von alten Meistern verwirklicht werden kann. Obwohl es sich bei diesen Beispielen um Projekte mit Volksschulklassen handelte, so lassen sich ähnliche Projekte in vielfacher Form abgeändert und an unterschiedliche Alterstufen angepasst natürlich auch in höheren Klassen durchführen. Setzt man bei Volksschülern didaktisch noch mehr auf das Vermitteln von Wahrnehmung mit Hilfe von Geschichten, so steht bei Jugendlichen die Vermittlung über das Detail und komplexe Hintergründe im Vordergrund. Abschließend ist festzuhalten, dass laut Mikasch und Haack²⁶ eine optimale Wahrnehmungsstrategie bei Kindern erst im Alter von neun Jahren erreicht ist

Eine andere, rein kunstdidaktische Möglichkeit eröffnet sich auch über das Lernen am Objekt. So kann der Lehrende den Schülern die Aufgabe stellen, nach ihren eigenen Vorstellungen ein Stillleben zu malen. In der nächsten Stunde erfolgt dann ein Museumsbesuch und es wird speziell auf Stilllebensgemälde eingegangen. Eventuell mit Unterstützung einer Führungsperson wird eine Themenführung unternommen und es wird auf maltechnische Merkmale und Gemeinsamkeiten von Stillleben hingewiesen. Die Schüler beschäftigen sich intensiv mit den Gemälden. In der darauffolgenden Unterrichtsstunde bespricht man dann im Gruppengespräch, was durch den Besuch gelernt wurde. Dann werden die Schüler aufgefordert ein neues Stillleben anzufertigen und das Erlernete miteinfließen zu lassen.

Durch Beobachten und Nachahmen wahrnehmen lernen ist ein aktiver pädagogisch-didaktischer Zugang, der Medienpädagogik, ästhetisches Lernen und Museumspädagogik miteinander vereint.

²⁶ Vgl. Mikasch, Haack, Blickbewegungsforschung, 1986, S. 11-36, zit. bei Meier, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, 1998, S. 49

Folgende Methoden bzw. Instrumente der Vermittlung werden in Museen angewandt, um dem Betrachter das Objekt auf verschiedenen Ebenen (Bedeutung, Botschaft, Material, Kontext) näher zu bringen:

2. Die Führung

Die Führung ist eine der ältesten und verbreitetsten Methoden der Vermittlung von Inhalten und Bedeutungen von Ausstellungen und Sammlungen in Museen. Dennoch gibt es verschiedenen Führungsstile und man kann didaktische Unterschiede feststellen.

2.1. Die traditionelle Führung

Bei der traditionellen Führung²⁷ herrscht die sogenannte „Einwegkommunikation“ vor. Der Führer vermittelt sein Wissen über die gezeigten Exponate im Stil eines Vortrags. Die Führungsteilnehmer verhalten sich rein rezeptiv. Es werden vom Publikum keine Fragen gestellt und auch der Führer ermutigt nicht dazu, indem er z.B. selbst Fragen an die Teilnehmer stellt. Die Gefahr liegt darin, dass eine solche Führung rasch monoton werden kann, da der Führer einfach seinen Standardführungsvortrag ‚abspult‘. Dadurch, dass es zu keiner Interaktion mit den Teilnehmern kommt, fehlt dem Führer auch oftmals das Gefühl dafür, inwieweit die Gruppe seinem Vortrag überhaupt noch folgen kann.

Dadurch bleibt die Vermittlung eines Kunstverständnisses bzw. das Erkennen von Zusammenhängen oftmals aus, speziell dann, wenn der Führer sich zu sehr auf einzelne Objekte konzentriert und übergeordnete Zusammenhänge außer acht lässt. Außerdem wird das Publikum durch die einseitige Kommunikation nicht zum selbständigen Erarbeiten und Erkennen von Bedeutungen angeregt.

Bei dieser Art von Führung merken sich die Teilnehmer meist nur mehr Bruchstücke, da zuviel fachspezifische Information zu den einzelnen Objekte gegeben wurde. Eine beliebte Methode beim Publikum ist daher, wichtige Fakten und Informationen mitzuschreiben. Der reine Seh- und Hörerlebnis ist dadurch

²⁷ Vgl. Thinesse-Demel, Die Münchner Volkshochschule im Museum, 1990, S. 92f.

allerdings eingeschränkt, da durch das ständige Mitschreiben das besprochene Objekt nicht in Ruhe betrachtet werden kann.

2.2. Das Führungsgespräch

Das Führungsgespräch²⁸ ist didaktisch wesentlich erfolgreicher als die traditionelle Führung, da es zu einer ständigen Interaktion zwischen Führer und Teilnehmer kommt.

Beim Führungsgespräch ist es wichtig, dass es eine Kommunikation mit Feedback-Möglichkeit entsteht. Der erste Schritt dazu ist, dass sich die Führungsperson auf einen Kommunikationslevel mit den Teilnehmern stellt. Dies geschieht dadurch, dass sie die Gruppe ‚aktiviert‘, indem sie diese darauf aufmerksam macht, dass Fragen zu den Objekten gestattet, aber vor allem auch erwünscht sind.

Durch diese offene Kommunikationsstruktur kann sich der Führer auf die Teilnehmer bestmöglich einstellen. Er kann anhand der gestellten Fragen sehen, wie weit das Verständnis und/oder Interesse für das Objekt vorhanden ist. Auch durch Fragen an die Teilnehmer kann er diese zu selbständigem Erarbeiten von Kunstwerken anregen. Übergeordnete Zusammenhänge, die wichtige Orientierungshilfen sind, können immer wieder dargestellt werden. Wichtig ist nur, dass der Führer den roten Faden nicht verliert und sich durch Fragen, die sich vom Objekt entfernen nicht zu sehr ablenken lässt (diese nur soweit beantwortet, wie sie zum Verständnis des betrachteten Objektes hilfreich sind).

Der Lernerfolg bei Führungsgesprächen ist wesentlich höher als bei traditionellen Führungen. Durch wechselseitige Kommunikation wird die Vermittlung des Kunstwerkes auf didaktischem Wege erreicht – Selbsterarbeitung konnte stattfinden.

²⁸ Vgl. Thinesse-Demel, Die Münchner Volkshochschule im Museum, 1990, S. 93ff.

2.3. Grundsätze bei Führungen

Egal, welcher Führungsstil bevorzugt wird, so gibt es doch gewisse Grundsätze²⁹, die jede Führung beachten sollte.

In erster Linie ist eine Führung immer ein Seh- und Hörerlebnis. Das bedeutet, dass immer darauf geachtet werden sollte, wie gut sichtbar ein Ausstellungsstück ist. Vor Beginn der Führung sollte bereits auf die Gruppengröße geachtet werden. Ist die zu führende Gruppe sehr groß, so ist es ratsam auf kleine Objekte zu verzichten – auch wenn diese ein Highlight des Museums darstellen. Eine Gruppe sollte immer die Möglichkeit haben im Halbkreis um ein Objekt stehen zu können, oder, falls es die Raumgröße oder Gruppengröße nicht zulässt, das Objekt sollte für alle Teilnehmer gut sichtbar sein.

Ebenfalls zum Seherlebnis gehört, dass die Führungsperson nicht mit den Objekten konkurrieren sollte. Zu auffällige Kleidung, Schmuck oder Friseur sind gerade bei Kindern ein Garant für Ablenkung vom eigentlichen Objekt.

Eine gute Akustik und verständliches Sprechen sind für eine Führung unerlässlich. Das Zuhören sollte auch in den hinteren Reihen ohne Anstrengung möglich sein.

Eine Führung beträgt durchschnittlich 45 bis 60 Minuten. Wird der Inhalt interessant dargebracht, ist diese Länge für eine Führung ideal. Dennoch ist darauf zu achten, dass es zwischendurch immer wieder Sitzgelegenheiten gibt, da langes Stehen und langsames Bewegen von Objekt zu Objekt schnell ermüden.

Wie bereits bei den Führungsstilen erwähnt, ist es wichtig, Querverbindungen zwischen den Exponaten sowie übergeordnete Zusammenhänge deutlich zu machen. Dies geschieht leichter, wenn eine Kommunikation zwischen Führer und Teilnehmer stattfindet (Vgl. Das Führungsgespräch). Auch bekommt der Führer so eher einen Eindruck vom Publikum vermittelt, der ihm hilft das Führungsniveau zu bestimmen. Dies ist sehr wichtig, denn wählt er das Führungsniveau zu hoch, dann ist es für jene Teilnehmer frustrierend, die der Sache und möglicherweise auch der Sprache nach überfordert sind. Setzt er das Niveau zu niedrig an, so langweilen sich jene, die mehr erwartet haben.

²⁹ Vgl. Freymann, Die Führung als museumspädagogische Aufgabe, 1988, S. 115ff.

2.4. Kinder- und Schülerführungen

Für Kinder werden spezielle Führungen angeboten, die weniger faktenorientiert sind, dafür um so mehr dialogorientiert. Im Mittelpunkt steht ebenfalls die Vermittlung und Auseinandersetzung mit Kunst, Kultur und Geschichte sowie die Begegnung mit den Kunstwerken, Objekten und Ausstellungsthemen. Kinder begreifen am leichtesten über bekannte Bezüge zu ihrer eigenen Umwelt. So wird darauf geachtet, viel Lebensnähe zwischen den Objekten und den Kindern herzustellen, um Brücken zwischen Objekt und Kontext zu schaffen. Spielerisch und mit Hilfe von Geschichten findet die Vermittlungsarbeit statt. So ist es z.B. für Kinder interessanter zu hören, dass ein Maler vom König gerufen wurde, um für ihn Bilder zu malen (die Kinder erinnern sich an Situationen, die aus Märchen bekannt sind – ein gewisser Wiedererkennungsmoment ist gegeben, das Memorieren der Information „Maler des Königs“ fällt leichter), als dass er vom damals regierenden Monarchen zum Hofmaler beauftragt wurde.

Für Kinder sind Themenführungen am Besten geeignet. Themenführungen legen den Fokus auf ein bestimmtes Thema (z.B. „Tiere und Fabelwesen“). Im Rahmen der Führung wird dann auf jene Objekte eingegangen, deren Gestaltung auf dem bestimmten Thema beruhen. Ein roter Faden ist konstant gegeben.

Schülerführungen können entweder auf einen Schwerpunkt konzentriert oder fächerübergreifend sein. Da bei Schülerführungen Lerneffekte und das Umsetzen des Gelernten im Unterricht vorrangig sind, wird besonders auf didaktische Methoden geachtet. So können z.B. Ausstellungsbegleiter die Führung unterstützen, sowie speziell problemorientierte Führungen. Auch spezielle Arbeitshefte gelten seit längerem als ein geeignetes Medium in der Museumsdidaktik. Mit Hilfe dieser Hefte bearbeiten Schüler alleine oder in Gruppen exemplarisch Zeugnisse eines Themas.

2.5. Das Ferienspiel

Seit 1972 gibt es in Österreich das „Wiener Ferienspiel“³⁰. Das Ferienspiel wurde als Freizeitaktion in den Sommerferien für Wiener Kinder im Alter von 6-12 Jahren eingeführt. Zuerst beschränkte sich das Angebot auf Veranstaltungen auf Spiel- und Sportplätze. Im Laufe der Jahre wurden aber auch die Semester- und Weihnachtsferien miteinbezogen und das Angebot immer vielfältiger. Die Bundesmuseen der Stadt Wien waren einige der ersten Einrichtungen, die im Rahmen des Ferienspieles freien Eintritt für Kinder und spezielle Führungen anboten.

Sämtliche Auskünfte über Angebote, Mitspielregeln, Aktionen etc. sind im sogenannten „Ferienspiel-Pass“ übersichtlich zusammengefasst. Dieses Heftchen erhalten alle Kinder von der ersten bis zur sechsten Schulstufe unmittelbar vor den Ferien von ihrem Klassenlehrer. Diese Art von Ferienspiel ermutigt die Kinder auch außerhalb der Schule in Museen zu gehen und spielerisch Wissen zu vermittelt zu bekommen. Die positive Verknüpfung von Ferien, Spiel und Spaß mit einem Museumsbesuch, hilft Schwellenängste, besonders vor traditionellen Museen, wie z.B. Kunstmuseen, abzubauen.

Beim „Wiener Ferienspiel“ handelt es sich um keine generell verbreitete Vermittlungsmethode, sondern um eine vom Büro der Stadt Wien speziell initiierte Aktion für den Raum Wien, die aber im Bezug auf das kostenlose Führungsangebot in Museen den Charakter eines Vermittlungsinstrumentes erhält. Kategorisch lassen sich Führungen im Rahmen des „Wiener Ferienspiels“ zu Kinderführungen zuordnen.

Vermittlungsangebote für Kinder und Jugendliche, d.h. spezielle Führungen, entwickelten sich im Zuge der Entstehung von Kinder- und Jugendmuseen. Folgendes Kapitel gibt einen kurzen Einblick in die Entstehungsgeschichte dieser Museen.

³⁰ Vgl. <http://wien.at/vtx/vtx-rk-xlink?DATUM=19970626&SEITE=019970626007>, Mai 2005 und <http://www.wienextra.at/default.asp?er=5&f=1>, Mai 2005

2.6. Entstehung und Bedeutung von Kinder- und Jugendmuseen

Ausgangspunkt für die Schaffung von Kinder- und Jugendmuseen³¹ war die Idee, Kindern und Jugendlichen Museen als ausserschulische Bildungsorte näherzubringen. Eingeleitet wurde diese Idee vom Osten der USA, der in den Jahren von 1899 bis 1925 die ersten vier Kinder- und Jugendmuseen der Welt entstehen ließen. 1899 wurde das erste Kindermuseum in New York gegründet – das Brooklyn Children's Museum. Bis 1925 folgten dann noch Gründungen von Kindermuseen in Boston, Detroit und Indianapolis. Die pädagogisch-didaktischen Konzepte stützten sich auf damals zeitgenössische pädagogische Strömungen, wie John Deweys (1859-1952) Theorien des „learning by doing“ oder Jean Piagets (1896-1980) Forschungsergebnisse, die offenbarten, dass Kinder durch Spiel und Nachahmung ihre Umwelt wahrnehmen, verstehen und verinnerlichen.³²

Das Boston Children's Museum, das 1913 eröffnet wurde, legte von Anfang an großen Wert auf die Zusammenarbeit mit Schulen. Bildungseinrichtungen bekamen vom Museum die Möglichkeit geboten, speziell für diese Kooperationen konzipierte Schau- und Studiensammlungen, einzelne Objekte und Schautafeln aus dem Museum zu entleihen. Auch heute noch arbeitet das Boston Children's Museum eng mit Schulen zusammen und stellt sogenannte ‚Kits‘, also Mappen, zur Verfügung, die den Ausstellungsthemen entsprechende Objekte, Arbeitsvorschläge und Literaturhinweise enthalten.

Kindermuseen gewinnen im Verlauf des 20. Jhdts. immer mehr an Bedeutung und werden zu wichtigen Erlebnis- und Erfahrungsorten. Sie übernehmen wichtige Funktionen in einer Gesellschaft, in der Kindheit zunehmend von Verlust von Eigentätigkeit und steigender Erfahrungsarmut gekennzeichnet ist.

³¹ Vgl. König, Kinder- und Jugendmuseen, 2002, S. 55

³² Vgl. König, Kinder- und Jugendmuseen, 2002, S. 55

Michael Spock, ehemaliger Direktor des Boston Children's Museum, definierte in einer Rede den Unterschied zwischen Kinder- und Jugendmuseen und traditionellen Museen folgendermaßen:

„What makes a children's museum different is that it is for somebody rather than about something.“³³

So initiierte Michael Spock das Prinzip ‚hands on!‘.³⁴ Partizipation und Interaktion wurden zum integralen Bestandteil von Ausstellungen in Kinder- und Jugendmuseen. Neben dem traditionellen kontemplativen Betrachten, erhielten die Kinder die Möglichkeit des Ausprobierens, Entdeckens, und auch des Mitgestaltens (Kinder wurden aktiv in die Gestaltung von Ausstellungen miteinbezogen).

Als Gefahr bei ‚hands on!‘ wurde allerdings erkannt, dass ohne begleitende personelle Betreuung, die Interaktion zum unreflektierten Selbstläufer werden kann und dadurch eigentliche Inhalte verdrängt oder nicht wahrgenommen werden. Daher wurde das Prinzip ‚hands on!‘ durch das Schlagwort ‚minds on!‘ erweitert, die zu einem kritischeren Umgang mit der Methode ‚hands on!‘ führte.

Tautologische Vorgehensweisen³⁵ sollen lebensnahe Bezüge zwischen den ausgestellten Objekten und der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen herstellen. Mit Hilfe dieser lebensweltlichen Bezüge werden ideelle Brücken gebaut, die dem Besucher den Zugang zur Ausstellung erleichtern sollen.

Sie helfen z.B. dabei, Vergangenes besser in die damalige Umwelt einordnen zu können, ohne rein abstrakt vorgehen zu müssen.

Der weltweite Durchbruch von Kinder- und Jugendmuseen erfolgte in den 70er Jahren und ließ sich hauptsächlich auf den Erfolg des Boston Children's Museum zurückführen.

³³ Vgl. Spock, Looking back on 23 years, 1988, o. A., zit. bei König, Kinder- und Jugendmuseen, 2002, S. 94

³⁴ Vgl. König, Kinder- und Jugendmuseen, 2002, S. 98

³⁵ Vgl. König, Kinder- und Jugendmuseen, 2002, S. 100

Während die USA auf eine mehr als hundertjährige Tradition und Entwicklung von Kinder- und Jugendmuseen zurückblicken kann, haben sich Formen dieser Museumsgattung in Europa erst in den 70er Jahren durchgesetzt und waren stark verbunden mit der damaligen Bildungskrise und Bildungsdiskussion. Anders als in den USA wurden Kinder- und Jugendmuseen nicht erst gebaut oder ungenützte Gebäude umfunktioniert, sondern entstanden zuerst innerhalb bestehender traditioneller Museen. Oft kam es gerade dadurch zwischen Wissenschaftlern, Historikern und der Leitung der Kinder- und Jugendmuseen zu schwerwiegenden Konflikten. Ein Beispiel dafür liefert das Historische Museum in Frankfurt am Main.³⁶ Im Rahmen der Wiedereröffnung des Historischen Museums im Jahr 1972, wurden einige Räume konzeptionell in ein Kindermuseum umgewandelt. Ziel dieser Abteilung war, Kinder an die Institution Museum heranzuführen und Schwellenängste abzubauen. Probleme entstanden, als die im Kindermuseum tätigen Personen den Schwerpunkt mehr auf freie Kreativitätsförderung als auf die Auseinandersetzung mit historischen Zusammenhängen legten. Auch als die Kunsthistorikerin und Pädagogin Heike Kraft hauptamtlich die Leitung des Kindermuseums übernahm kam es immer wieder zu Kritik an der Inszenierung von Ausstellungen und deren pädagogischen Nutzen von Seiten der Wissenschaftler, die für das Historische Museum arbeiteten. Nach einem Eklat schloss das Kindermuseum für einige Jahre und wurde schließlich unter einer neuen Leitung 1986 wieder geöffnet. Das neue Konzept realisierte neue, thematisch stärker auf das Historische Museum zugeschnittene Ausstellungen. Im Vordergrund steht noch immer die Vermittlung in Form von Betrachtung, Unterhaltung, Belehrung und Begegnung, aber auch die klassischen musealen Aufgaben Beziehungen zur eigenen Geschichte, zur Kunst und anderen Kulturen zu entdecken.

Mittlerweile gibt es im europäischen Raum ebenfalls Kinder- und Jugendmuseen, die als eigenständige Institution entstehen und in neu gestalteten Gebäuden untergebracht werden (z.B. ZOOM – Kindermuseum in Wien). Sie sollen nicht nur Berührungspunkte der Kinder und Jugendlichen gegenüber Kunst, Kultur,

³⁶ Vgl. König, Kinder und Jugendmuseen, 2002, S. 73ff.

Geschichte, Technik bzw. der Institution Museum an sich, abbauen, sondern neben Lern- und Bildungsorten, auch Erfahrungsorte sein, an denen das selbstständige Entdecken und Wahrnehmen gefördert werden. Edutainment ist hierbei ein Schlagwort, welches unterhaltsame Lernsituationen und eigenes Erleben beinhaltet.

2.7. Lehrerführungen

Lehrerführungen sind als Hilfestellung für Lehrer gedacht, die mit ihren Klassen eine Ausstellung besuchen wollen. Diese Führungen geben einen Überblick über Konzeption und Idee der Ausstellung. Außerdem werden didaktische Überlegungen angestellt, wie man den Schülern altersgerecht die Thematik und Idee der Ausstellung näher bringen kann. Lehrerführungen weisen zudem auf Themenzusammenhänge hin und bieten eine Vertiefung einzelner Schwerpunkte im Rahmen von Themenführungen an (speziell in den ständigen Sammlungen). Mit diesen Themenführungen soll auf die verschiedenen Bedürfnisse in den unterschiedlichen Jahrgangsstufen eingegangen werden.

Vorsicht ist allerdings geboten, wenn die Führungsperson Vorschläge zur besseren didaktischen Vermittlung von Objekten gibt. Die Gefahr besteht darin, dass es zu schnell belehrend wirken kann und viele Lehrpersonen dies als Kritik an ihren pädagogischen Fähigkeiten ansehen.³⁷

2.8. Dia- und Filmvorführungen

Neben klassischen Seminaren und Vorführungen, die nur im Medienraum stattfinden und einen akademischen Charakter aufweisen, bieten viele Museen auch spezielle Führungen an, die Dia- oder Filmvorführungen³⁸ beinhalten. Diese Führungen beginnen mit einer kurzen Einführung via Film oder Dia-Show, um ein oder mehrere bestimmte Kunstwerke, Künstler oder Hintergründe ausführlicher erklären und darstellen zu können. Danach wird die Gruppe zum besprochenen

³⁷ Dies wurde deutlich im Gespräch mit Mag. Karl Schlegel, Kunsthistoriker und Führungsperson am Kunsthistorischen Museum, über Lehrerführungen am 20. April 2005

³⁸ Die Verfasserin orientiert sich bei der Erläuterung dieser Vermittlungsmethodik an die Durchführung dieser im Kunsthistorischen Museum.

Objekt geführt, um sich mit dem soeben Erfahrenen/Gehörten/Gesehenen am Original auseinandersetzen zu können.

2.9. Der Audio Guide

Sogenannte Audio Guides³⁹ sind tragbare Geräte, die mittels Infrarot- oder Funkübertragung gespeicherte Informationen zu bestimmten Objekten wiedergeben. Die Geräte können entweder mit Kopfhörern benutzt oder wie ein Mobiltelefon direkt ans Ohr gehalten werden.

Die Texte sind digital auf einem Chip in dem Audio Guide gespeichert und werden entweder via Infrarot oder Funk automatisch vor den beschriebenen Objekten abgespielt oder mittels Eingabe einer einfachen Nummernkombination, die jedem ausgestellten Objekt zugeteilt wird, vom Benutzer abgerufen. Dieser ‚interaktive‘ Charakter der Geräte hat den Vorteil, dass der Besucher seine ganz individuelle Besichtigungsrouten anlegen kann und nicht, wie es bei den ersten Geräten dieser Art üblich war, eine bestimmte Reihenfolge einhalten muss (damals befanden sich noch Kassetten in den Geräten auf denen nur mühsam vor- und zurückgespult werden konnte). Außerdem kann er das Führungstempo nach seinen eigenen Bedürfnissen regulieren. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass Texte in mehreren Sprachen auf einem Gerät gespeichert werden können und sich mit einem Tastendruck auswählen lassen.

Ein besonderes Feature der neuesten Audio Guides ist eine spezielle Software, die das Benutzerverhalten aufzeichnet. So lässt sich feststellen, wie viele Informationen ein Besucher einer Ausstellung angehört hat bzw. welche Texte gehört wurden, wie lange die Texte gehört wurden (hat er den Text bis zu Ende gehört oder schon vorher gestoppt), wie lange Pausen zwischen Texten oder innerhalb des selben Textes eingelegt wurden, welche Sprachen ausgewählt wurden, wie die Route angelegt war, die der Besucher gewählt hatte und je nach Potential des Gerätes und Schnittstellen mit Multimediaanwendungen, wie interaktive Informations- und Vermittlungsangebote genutzt wurden.

³⁹ Vgl. <http://www.espro.com/>, April 2005

Der eindeutige Vorteil des Audio Guides ist die Unabhängigkeit des Besuchers von einer Führungsperson und einem Führungsprogramm sowie Führungsablauf. Der Nachteil ist, dass der Besucher isoliert ist und eine Einwegkommunikation stattfindet. Der Benutzer kann keine Fragen stellen und sich nicht einbringen.

3. Der stumme Führer – Folder und Beschilderung

Museumsbesucher sind nicht nur auf Führungen angewiesen. Oft kommen Besucher außerhalb von Führungsterminen oder bevorzugen, auch aus Zeitgründen, alleine durch die Sammlung bzw. Ausstellung zu gehen. In diesem Fall geben Beschilderung und Saaltexte Basisinformationen zu den Objekten und zur Ausstellung im Allgemeinen. Zur Grundausstattung eines Museums gehören daher Beschilderung, Saaltexte und Broschüren.

3.1. Die Beschilderung

Die Beschilderung⁴⁰ von Exponaten ist ein unerlässlicher Teil der Informations- und Vermittlungstätigkeit. Die Beschilderung benennt das Ausstellungsstück oder gibt den Titel eines Gemäldes an. Ebenso wird der Künstler und das Entstehungsdatum des Objekts angegeben sowie das verwendete Material. Darüber hinaus können gerade bei wichtigen Exponaten Zusatzinformationen angegeben werden, wie z. B. Inhaltsdeutungen bzw. Aussagen von Objekten sowie relevante Hintergrundinformationen, z.B. warum ein Bild gemalt wurde.

Bei der Beschilderung ist darauf zu achten, dass die Schrift gut leserlich ist und in einem starken Kontrast zum Hintergrund steht. Weiters ist zu beachten, dass der Besucher meist nur wenige Sekunden vor einem Schild verbringt. Daher sollte der Text lesefreundlich verfasst sein und in sehr kurzer Zeit zu perzipieren sein. Redundante Informationen, z.B. „Auf diesem Gemälde sieht man...“, sollen von vornherein weggelassen werden. Dem Betrachter ist klar, dass er gerade dieses Gemälde vor sich hat. Je kürzer und prägnanter die Beschilderung ist, desto mehr nimmt der Besucher auf.

⁴⁰ Vgl. Hoek, Edukanesisch, 1988, S. 102

3.2. Der Saaltext

Ein Saaltext⁴¹ wird oft bei Sonderausstellungen verfasst und am Beginn der Ausstellungsräumlichkeiten entweder auf Tafeln oder direkt auf die Wand affiziert. Saaltexte führen in die Thematik der Ausstellung ein und geben außerdem Hintergrundinformationen zum ausgestellten Künstler oder zur Sammlung.

Obwohl ein Saaltext wesentlich umfangreicher ist als eine Beschilderung, so ist auch hier auf Grundsätze der Lesefreundlichkeit zu achten. Die Schrift muss gut leserlich sein und die Lesesituation darf nicht vergessen werden. Es ist ein Unterschied, ob man stehend einen Text liest oder bequem in einem Sessel sitzt. Auch der Zeitfaktor spielt eine Rolle – die Besucher wollen mit der Ausstellung beginnen und sich vorher schnell die wichtigsten Informationen dazu beschaffen. Der Text muss trotz höherer Ausführlichkeit als jene der Beschilderung schnell aufnahmefähig sein.

3.3. Der Folder

Der Folder⁴², auch Leporello genannt, lässt sich eindeutig dem Informationsmaterial zuordnen. Er erscheint entweder begleitend zu einer Ausstellung oder informiert im Allgemeinen über das Museum und dessen Bestände.

Folder verfügen im Gegensatz zu Beschilderung und Saaltext über einen ubiquären Charakter. Sie liegen an verschiedenen Stellen innerhalb und außerhalb des Museums (Hotels, Infostände, Touristeninformation, etc.) auf, werden im Rahmen von Marketingtätigkeiten oder gemeinsam mit Eröffnungseinladungen verschickt, und beim Eingang des Museums jedem Besucher in die Hand gedrückt.

⁴¹ Die Verfasserin orientiert sich bei der Erläuterung dieser Vermittlungsmethodik an die Durchführung dieser im Kunsthistorischen Museum.

⁴² Die Verfasserin orientiert sich bei der Erläuterung dieser Vermittlungsmethodik an die Durchführung dieser im Kunsthistorischen Museum.

Allgemeine Leporellos zum Museum und dessen Beständen sind zeitlich meist unbeschränkt. Sie dienen zur reinen Information über das Museum und sind als ‚stumme‘ Führer zur Ausstellung ungeeignet, da Detailinformationen fehlen.

Folder, die extra für Sonderausstellungen produziert werden sind zeitlich begrenzt einsetzbar und informieren ausschließlich über die Ausstellung. Diese Folder werden als Zusatzleistung für den Besucher erstellt. Der Vorteil ist, dass sich Folder leicht in die Tasche stecken lassen und zu Hause noch ein mal in Ruhe durchgelesen werden können. Meist findet sich aus Platzgründen nicht der gesamte Saaltext in einem Folder wieder. Leporellos für Sonderausstellungen sollten ansprechend gestaltet sein, bieten einen gewissen Umfang an Information und zeigen einige ausgewählte Exponate. Dennoch besitzen sie mehr Souvenircharakter als Fachinformationscharakter.

Kap III Einsatz von interaktiven Medien in Kunstmuseen

Die Beschilderung sowie Saaltexte und begleitende Texte zu Ausstellungen sind grundlegende Informationsquellen, die in jedes Museum gehören. In nicht englischsprachigen Gebieten sollte die englische Ausweisung von Objekten neben der Ausweisung in der Landessprache ein Standard sein, um internationalen Besuchern entgegenzukommen. Wichtige Regeln, wie die Lesbarkeit der Texte (Länge, Schriftgröße, Absätze, Weglassen redundanter Informationen) müssen auch in fremdsprachigen Texten eingehalten werden.

Wie bereits in der Einleitung des Kapitels angemerkt, werden jedoch zunehmend alternative Informationsmedien neben der reinen Textinformation gefordert. Neben dem klassischen Angebot an erweiternder Information zu den Sammlungen oder Ausstellungen, wie Führungen und Audio Guides, wird der Einsatz interaktiver Medien immer gefragter. Gründe dafür sind die rasant steigende technische Entwicklung und ihre Auswirkungen auf das Entstehen ständig neuer Informationsmedien. Speziell Angehörige der Generationen, die in der Informationsgesellschaft groß geworden sind bzw. aufwachsen, sehen die Offensichtlichkeit im Einsatz von modernen digitalen Anwendungen und Geräten, die Unmengen an Daten, sprich Informationen, speichern und abrufbar machen können.

Die Rede ist von interaktiven Medien.

Unter Interaktivität versteht man die wechselseitige Beeinflussung zwischen Kommunikationspartner – d.h. auch zwischen Mensch und Computer mit Hilfe von dialogbezogenen Steuerungsmöglichkeiten.⁴³ Daten können von den Nutzern mittels entsprechender Eingabegeräte (Touchscreen, Tastatur, Maus, etc.) abgerufen werden. Meist ist auch die Manipulation von Daten möglich. Dies bedeutet, dass neben dem einfachen Abrufen von Daten eine selektive Steuerung der Anwendung möglich ist (Eingabe von Präferenzen in der Auswahl- bzw. Suchmaske, exploratives Verhalten am Computer, etc.).

⁴³ Vgl. Klimsa, Multimedia, 1997, S. 380f., zit. bei Wohlfrohm, Museum als Medium, Neue Medien in Museen, 2002, S. 76

Zu interaktiven Medien zählen digitale Datenbanken, sogenannte Mediatheken, Computerterminals, die Video- und Audioclips anbieten, Projektionen, Audio Guides die neben den bereits erwähnten Funktionen auch mittels Funkübertragung atmosphärische oder szenische Klanguntermalungen liefern, Möglichkeiten individualisierte Informationsmedien mit Hilfe von Audio Guides oder Chipkarten erstellen zu können sowie Virtual Reality mittels Datenhandschuh, ‚goggles‘ (spezielle Brillen, die den Benutzer virtuelle Umwelten wahrnehmen lässt) und gegebenenfalls bewegte Plattformen, die Bewegungen der virtuellen Umwelt simulieren, auf denen der Besucher steht.

Interaktive digitale Anwendungen im Museum aktivieren den Besucher. Sie können die Aufmerksamkeit der Besucher, deren Interesse an Ausstellungssegmenten sowie deren innere Beteiligung am Geschehen hervorrufen bzw. erhöhen. Besucher werden animiert, sich mit Themen auseinander zu setzen, für die sie sich spontan nicht interessieren würden. Ebenso fördert das aktive Verhalten am Gerät soziale Interaktion (man nutzt es gemeinsam mit anderen Besuchern, macht sich gegenseitig auf bestimmte Dinge aufmerksam).⁴⁴ Das Prinzip ‚hands on!‘ - Partizipation und Interaktion - findet statt.

1. Vorteile von interaktiven Medien

Ein besonderer Vorteil der interaktiven Medien liegt darin, dass sie über hohe Speicherkapazitäten verfügen und eine große Menge an Information enthalten können. Gerade aus Platzgründen wird oft auf zusätzlich informatives Material verzichtet, zu Gunsten der Aufstellung mehrerer Objekte. Computerterminals hingegen können entweder in den Ausstellungsräumlichkeiten oder gesondert aufgestellt werden und nehmen nicht viel Platz in Anspruch. Sie eignen sich auch gut für sonst nur schwer nutzbare Räume, wie Eingangsbereich, Durchgänge, etc. Dafür lassen sich z.B. gesamte Sammlungsbestände in digitalisierter Form off- oder online am Terminal abrufen. So können vom Nutzer Querverbindungen und

⁴⁴ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 113

Vergleiche zwischen ausgestellten und nicht ausgestellten Objekten hergestellt werden.

Ein anderer Vorteil liegt darin, dass Informationen auch zu kleinen Exponaten abrufbar sind, bei welchen erklärende Texttafeln oft größer sind, als das Objekt selbst und somit den Gesamteindruck ästhetisch beeinträchtigen würden.

Ebenso erfüllen interaktive Anwendungen den Wunsch vieler Besucher, sich bestimmte Objekte in digitaler Form in Ruhe, ungestört von anderen Besuchern, anschauen und damit auseinandersetzen zu können.

Dennoch ist die eigentliche Aufgabe der interaktiven Anwendungen, dem Besucher nicht nur ausreichend Sachinformation zur Verfügung zu stellen, sondern ihm das Objekt näher zu bringen, dessen Vergangenheit, Bedeutung und Besonderheit zu vermitteln. Das bedeutet, dass der Nutzer dazu angehalten wird, anhand der aktiven Betätigung am Gerät, explorativ zu handeln - Lerneffekte⁴⁵ sollen stattfinden. Was meist nur in der dialogorientierten Führung durch eine Führungsperson möglich ist, soll nun durch eine Mensch-Maschine-Interaktion erreicht werden. Wichtig ist die Rekontextualisierung von Objekten. Das bedeutet, dass Ausstellungsgegenstände in die Kontexte ihrer Geschichte und Bedeutung gesetzt werden sollten, damit der Rezipient ihre Bedeutung nachvollziehen kann. Multimedia hat den Vorteil, dass virtuelle Welten konstruiert werden können, welche die Objekte in Beziehungen zu räumlichen und zeitlichen Kontexten setzen können und dem Benutzer nachvollziehbare Bezüge präsentieren. Ebenso ist die produktive Partizipation etwas, das klassische Führungen nicht zulassen – die Möglichkeit in die museale Präsentation einzugreifen, sie korrigierend oder ergänzend zu verändern und so am Aufbau des Museums und der Präsentation seiner Bestände produktiv auf Grund von Interaktivität mitwirken zu können.

⁴⁵ Die Verfasserin versteht unter Lerneffekte bzw. Lernerfolge den Vorgang der Wissenserweiterung basierend auf folgende Definition:

„Unter Lernen versteht man den individuellen Erwerb von Kenntnissen sowie von geistigen und körperlichen Fertigkeiten und Fähigkeiten...“

Vgl. dazu <http://de.wikipedia.org/wiki/Lernen> , Mai 2005

2. Lerneffekte durch die Anwendung von interaktiven Medien

Museen wollen neben der Vermittlung natürlich auch Lerneffekte erreichen. Gerade bei öffentlichen Museen ist der Bildungsauftrag⁴⁶ ein wichtiges Argument. Im Fokus des Bildungsauftrages sind vorrangig Schulen, die Museen traditionell als Lernort betrachten. Aber auch dem erwachsenen Besucher, der aus rein privaten Zwecken ins Museum kommt, soll es ermöglicht werden, Mehrwerte zu generieren.

Kuratoren und Ausstellungsgestalter hatten gewohnheitsmäßig die Aufgabe inne, mit der Gestaltung der Ausstellungen einerseits der bestmöglichen Präsentationsform der Objekte Genüge zu tun und andererseits durch die Anordnung von Objekten und Vorgaben von bestimmten Routen durch die Ausstellung dem Besucher Lernerfolge zu ermöglichen.

Dass dies den Besuchern wichtig ist, zeigt eine Untersuchung in Deutschland⁴⁷, der zufolge insgesamt 63,9% der Besucher ein Museum aus Bildungsgründen besuchen.

Auch erwarten sich Besucher bereits eine gewisse didaktische Präsentation. Im Rahmen von Beobachtungen im Royal Ontario Museum⁴⁸ wurde allerdings festgestellt, dass der Großteil der Besucher vorgegebene Abfolgen und Routen umging und selektiv, an ihren eigenen Interessen orientiert, die Ausstellung durchlief.

Ergebnisse von Studien des Minneapolis Institute of Arts⁴⁹ haben zusätzlich ergeben, dass die meisten Besucher nicht auf der Suche nach spezifischen Informationen ins Museum kommen. 80% bereiten ihren Museumsbesuch gar nicht vor. Sich umsehen, ‚browsen‘, und möglichst alle Bereiche des Museums dabei abzudecken, ist das Ziel eines Besuches. Unabhängigkeit von geplanten

⁴⁶ Der Begriff Bildungsauftrag beruft sich auf folgendes Verständnis des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur von den Aufgaben von Bundesmuseen:
 „Über die althergebrachte Aufgabenstellung des Sammeln, Bewahrens und Erschließens hinaus erfasst der von den Bundesmuseen verstandene ganzheitliche Museumsbegriff sämtliche Bereiche der Gegenwartsgesellschaft. Er macht verstärkt bewusst, dass Museen bedeutende Stätten der außeruniversitären Forschung und der Begegnung mit dem Schul- und Bildungsbereich darstellen.“

Vgl. dazu <http://www.bmbwk.gv.at/kultur/museen.xml>, Mai 2005

⁴⁷ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 76

⁴⁸ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 78

⁴⁹ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 78

Ausstellungsrouten zusammen mit der Möglichkeit trotzdem Inhalte vermittelt zu bekommen, das sind die Bedürfnisse des heutigen, durchschnittlichen Museumsbesuchers. Die Benutzung von interaktiven Medien kann diese Einstellung positiv unterstützen.

Computerterminals liefern Informationen zu ausgewählten Objekten. Querverweise, die gerade durch exploratives Verhalten entstehen, führen zu anderen Objekten. Der Benutzer erstellt seine eigene Route durch das Museum und wird in seinem ‚Browsing-Verhalten‘ nicht eingeschränkt, da er interessensteuert auf spezifische Objekte zugehen kann.

Auf diese Weise lässt sich trotzdem Kohärenz innerhalb der Museumserfahrung herstellen.

Auch begleitende Spiele und Quize können den Besucher auffordern, Informationen zu sammeln, sinnvoll zu verknüpfen und mit Hilfe des neuerworbenen Wissens neue Aufgaben zu lösen. Diese begleitende Methode führt zu einem reflektierten Umgang mit den neuen Anwendungen und, unterstützt durch das problemlösungs-orientierte Verhalten, Lernerfolgen. Wichtig ist hierbei festzuhalten, dass interaktive Anwendungen, als auch Spiele, nicht nur für Kinder, sondern auch für Erwachsene gedacht und konzipiert sind.

Multimediale Anwendungen können auch auf die unterschiedlichen kognitiven Dispositionen verschiedener Zielgruppen eingehen und ermöglichen es dadurch auch Besuchern ohne spezifisches Vorwissen Bedeutungen von Ausstellungen zu verstehen und Mehrwerte zu generieren. Gerade in traditionellen Museen, auch akademische Museen genannt, wurde bei der Ausstellungsgestaltung meist nur auf die Zielgruppe der höheren Bildungsschicht geachtet.

Die Gefahr beim Einsatz von interaktiven Anwendungen ohne durchdachte, didaktische Überlegungen besteht darin, dass Computer zu spielerischen Ausstellungsstücken werden. Um einen Lernprozess in Gang zu setzen, bedarf es aber eines aktiven Verhaltens von Seiten des Nutzers. Im Dialog (d.h. Beschäftigung) mit dem Computer und unter dem Einfluss von problemorientiertem Handeln, sammelt der Benutzer Informationen und trifft aufgrund dieser Entscheidungen. Dafür ist es aber notwendig, dass das System Aufmerksamkeit erregt und hält. Dies gelingt unter anderem auch damit, wenn Anwendungen zum größten Teil selbsterklärend gestaltet sind. Die begrenzte Zeit

des Besuchers wird nicht mit redundanten Erklärungen verschwendet. Auch möglichst schnelle Response nach eingegebenen Befehlen von Seiten des Anwenders, trägt dazu bei, die Aufmerksamkeit zu halten. Laut Untersuchungen von Suzanne Keene⁵⁰ liegt die Toleranzgrenze (bezogen auf die Geduld der Nutzer), bis zur der Interaktionen von den meisten Nutzern weitergeführt werden, im Museumskontext bei nur 4 Sekunden.

3. Auswirkungen auf das Besucherverhalten durch den Einsatz von interaktiven Anwendungen

Verschiedene Studien⁵¹ belegen, dass interaktive digitale Systeme Auswirkungen auf das Verhalten von Museumsbesuchern haben. So verlängert sich z.B. die Aufenthaltsdauer von Besuchern im Museum. Im Minneapolis Institute of Arts wurde beobachtet, dass im Bereich der Japanischen Galerie die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bevor der Computerterminal installiert wurde 38 Sekunden betrug und nach der Installation um fast 400% auf zweieinhalb Minuten gestiegen ist.⁵² Ebenso scheinen Besucher dazu zu tendieren, interaktive Anwendungen eher am Ende ihres Besuches zu benutzen.⁵³ Eine andere Auswirkung ist, dass die Installation von interaktiven Anwendungen das Sozialverhalten der Besucher positiv verändert. Besucher kommunizieren häufiger miteinander (während der Benutzung eines Gerätes) und lösen Probleme am Computer kooperativ.⁵⁴ Nutzungspotenziale von interaktiven Anwendungen in traditionellen Kunstmuseen

4. Computerterminals

Sogenannte Computerterminals, auch als Infoterminals bezeichnet, können an ein oder mehreren Orten im Museum, unter Berücksichtigung der besonderen kontemplativen Atmosphäre, aufgestellt werden. Sie eignen sich als Speichermedien für Datenbanken (Mediathek), als Abspielfläche von Video- und

⁵⁰ Vgl. Keene, Digital Collections, 1998, S. 71, zit. bei Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 104

⁵¹ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 95 - 102

⁵² Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 95

⁵³ Vgl., Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 97

⁵⁴ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 101

Audioclips, die der Besucher auswählen kann, für Wissensquize und Spiele, als Wegweisersysteme (Orientierungsplan für das Museum), oder als Medium für virtuelle Rundgänge. Ebenso können solche Terminals als Hilfe zur Zusammenstellung einer individuellen Tour dienen. Durch Eingabe von spezifischen Interessen und Dispositionen durch den Benutzer kann der Computerterminal eine Route durch das Museum, die den eingegebenen Spezifika entspricht, erstellen.

5. Digitale Galerie

Unter einer digitalen Galerie versteht man Computerterminals, die Ausstellungsstücke einer Ausstellung bzw. Sammlung als digitale Bilder gespeichert haben. Sie bieten dem Benutzer an, Bilder von Interesse auszuwählen und zeigen diese dann, mit spezifischen Informationen versehen, am Bildschirm an.

Ein Beispiel für eine erfolgreiche Eingliederung einer digitalen Galerie in ein Kunstmuseum ist die Gemäldegalerie im Kulturforum Berlin, die Werke Alter Meister ausstellt.⁵⁵

Die digitale Galerie umfasst 12 Arbeitsplätze, die auf drei Räume im Haus verteilt sind und von den Ausstellungsräumen abgegrenzt sind. Dadurch soll einerseits nicht die kontemplative Atmosphäre in der Gemäldegalerie gestört werden und andererseits wird die Konzentration auf die Werkanalysen der digitalen Galerie nicht beeinträchtigt.

Zwei Räume beherbergen die Computerterminals die über eine digitale Galerie verfügen, während der dritte Raum einen digitalen Gesamtkatalog der Gemäldegalerie anbietet. Der digitale Gesamtkatalog unterscheidet sich von der digitalen Galerie dadurch, dass er einen reinen Inventarkatalog des Museums darstellt.

Die Arbeitsstationen bieten jeweils Platz für zwei Personen. Es besteht die Möglichkeit kleine Kopfhörer aufzusetzen, die aber Gespräche zwischen den

⁵⁵ Vgl. Wohlfromm, *Museum als Medium*, Neue Medien in Museen, 2002, S. 114ff.

Nutzern und die Wahrnehmung von Aussengeräuschen zulassen. Als einziges Eingabegerät fungiert eine Maus.

Die digitale Galerie wurde von einem 12köpfigen Team aus Künstlern, Wissenschaftlern und Technikern des Medieninstitutes Berlin in Zusammenarbeit mit der Gemäldegalerie geschaffen. Die Zielgruppe sind Besucher, die weder kunsthistorisch noch in der Handhabung eines Computers versiert sein müssen. Die vorausgegangene Evaluation umfasste ein Altersspektrum von 10 bis 75 Jahren.

Die Anwendung der digitalen Galerie ermöglicht dem Nutzer mittels einer einfachen und leicht verständlichen Navigation, Werkanalysen verschiedener Bilder aus unterschiedlichen Epochen vermittelt zu bekommen. Aus jeweils 10 Epochen lassen sich 10 Bilder auswählen. Am unteren Bildrand befindet sich immer eine Informationsleiste, die kurze Textinformationen zum Künstler, zum Bild und zum Ort des Bildes in der Galerie anzeigt. Die Werkanalysen verlassen sich weitgehendst auf ihre visuelle Aussagekraft und operieren mit wenig Text. Auch gesprochene Information wird sparsam eingesetzt. Die meiste Zeit wird die Anwendung mit einem Klangteppich untermalt – die Lautstärke lässt sich über die Navigationsleiste regulieren. Dennoch muss der Kopfhörer nicht ständig getragen werden. Ein Kopfhörersymbol am Bildschirm weist auf den Einsatz akustischer Information hin. Ebenso sind alle Werkanalysen in sich geschlossen und verfügen über keine Querverweise zu anderen Werken. Eine Rückkehr zur höheren Ebene ist aber jederzeit möglich.

Die häufigsten Elemente der Werkanalysen sind die Erläuterung von Motivhintergründen, die Analyse von Details, der Vergleich ähnlicher Motive in den Werken unterschiedlicher Künstler sowie der Vergleich mit anderen Werken des gleichen Künstlers. Sehr umfangreiche Analysen werden auch ausgekoppelt auf CD-ROM verkauft.

Der Anspruch der Anwendung besteht darin, Interesse zu wecken und zur intensiveren Auseinandersetzung mit den Werken anzuregen. Detailanalysen werden durch direktes Anklicken von Bildausschnitten aufgerufen – der Nutzer handelt aktiv und explorativ. Sein analytisches Sehen wird werkübergreifend geschult.

Durch die physische Nähe zum realen Werk einige Räume weiter, kann der Nutzer erworbenes Wissen durch die Werkanalysen danach direkt am ausgestellten Gemälde ausprobieren und selbständig Vergleiche zwischen unterschiedlichen Werken ziehen. Wichtig ist, dass der Besucher dazu angeregt wird, eigene Entdeckungen zu machen und seinen persönlichen „roten Faden“ durch die Ausstellung zu finden. Zwei wichtige Vorteile der Virtualität sind Interaktivität und die Kombinierbarkeit von mehreren Informationskanälen. Informationen werden leichter behalten, wenn diese über mehrere Sinneskanäle präsentiert werden.⁵⁶ Audio- und Videovorführungen sowie das Angreifen und Bewegen von Joysticks oder PC-Mäusen führen zu einem Tasterlebnis, das durch reines Betrachten aus der Ferne nie gegeben sein kann. Das Berühren von Objekten durch das Zwischenmedium der PC-Maus ist möglich.

Ein weiterer Vorteil liegt in der unbegrenzten Bereitstellung von Objektkommentaren. Wo sonst Schilder die einzige Möglichkeit waren, um in direkter Nähe zum Objekt Beschreibungen zu liefern, lassen sich im virtuellen Raum ebenfalls neben digitalen Abbildungen der Objekte Kommentare bereitstellen. Der unschlagbare Vorteil in der digitalen Kommentierung findet sich im besonderen pädagogischen Nutzen. Der Kommentar muss inhaltlich nicht mehr auf kulturgeschichtliche Bestimmung und wissenschaftliche Einordnung beschränkt sein,⁵⁷ sondern kann die aktuelle und historische Bildungsbedeutung umfangreich erläutern. Der Kommentar ist kein Appendix des Objektes mehr, sondern wird zum Bestandteil des Exponates.⁵⁸

Ein besonderer Nutzen der interaktiven Anwendungen liegt in der Möglichkeit der Bereitstellung der jeweiligen Ergebnisse eines solchen Besuches. Diese können dem Besucher als Ausdruck, Diskette oder CD-ROM als ‚Erfahrung zum

⁵⁶ Diese Tatsache beruht auf der Wahrnehmungspsychologie, die sich mit u. a. mit der Sinneswahrnehmung auseinandersetzt. Dazu vgl. folgende Aussagen:

„Die gleichzeitige Betätigung und Koordination mehrerer Sinnesorgane führt zu facettenreicherer, aber auch sicherer Beurteilung von Situationen.

Reize von verschiedenen Sinnesorganen in der gleichen Situation zur gleichen Zeit erhöhen die Konsistenz von Bedeutungszuweisungen und erleichtern das Wiedererkennen von Situationen.“

Vgl. Schwedes, Mit allen Sinnen lernen, in:

<http://www.physik.uni-bremen.de/physics.education/schwedes/text/febsinne.htm>, Mai 2005

⁵⁷ Diese Einschränkung ist nicht immer der Fall. Oft gelingt es trotz Platzmangel Motivhintergründe bzw. ikonografische Bedeutungen von Objekten anzuführen.

⁵⁸ Vgl. Parmentier, Zum Problem, (sic!) der Beschriftung, in:

<http://www2.hu-berlin.de/orbisdigitalis/museum/beschriftg.html>, April 2005

Mitnehmen' zur Verfügung gestellt werden. Audio Guides nach den neuesten technischen Entwicklungen unterstützen ebenfalls diese Funktionen. Auch gibt es bereits Museen in denen Besucher Chipkarten erhalten können. Diese Karten können an einzelnen Terminals in den Ausstellungsräumen mit Informationen ‚gefüttert‘ werden, die den Besucher besonders interessieren. Am Ende des Besuchs kann er einen persönlichen Bericht mit der gesamten Interaktionsgeschichte seines Rundganges drucken, auf CD-ROM speichern oder zum Download auf dem Server des Museums zur Verfügung stellen lassen. Datenerhebungen, die auf dem Besucherverhalten des Rezipienten beruhen, ermöglichen das Zuschicken speziell zugeschnittener Angebote an die Mailadresse eines registrierten Besuchers. Auch das Einrichten eines Online-Forums für Besucher kann der Nachbearbeitung eines Besuches dienen. Hier bestünde ebenfalls die Möglichkeit ‚special interest‘ Seiten und Foren für Lehrpersonen einzurichten, die Unterrichtsmaterialien und didaktische Überlegungen zum Download anbieten.⁵⁹

6. Ausgegliederte interaktive Medien

Unter ausgegliederten interaktiven Medien werden CD-ROM's verstanden. Diese eignen sich hervorragend als Ergänzung zu Führungen und gedruckter Literatur zu Sammlungen und Ausstellungen, aber auch als Primärmedium, um sich Wissen über das Museum oder eine bestimmte Sammlung oder einen bestimmten Künstler anzueignen. Der Vorteil der CD-ROM liegt darin, dass sie interaktiv gelesen werden kann, d.h. der Benutzer kann entscheiden, welche Informationen er anschauen will. Daten-CD's über bestimmte Künstler oder Genres können neben digitalen Texten auch Ton und Video speichern. So kann z.B. ein kurzer Film über die Geburtsstadt VanGoghs gezeigt werden; Bilder können sich aus einem Katalog auswählen lassen und Ausschnitte der Bilder zusätzlich mit der Maus angeklickt werden, um mehr Detailinformationen zu erhalten. Hintergrundinformationen über den Künstler und den geschichtlichen Kontext

⁵⁹ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 20

sowie erklärende Texte für jedes Objekt können vorhanden sein und auf Wunsch auch ausgedruckt werden.

Eine CD-ROM über das Museum selbst ist nicht nur ein umfangreiches Informations-Tool, sondern auch ein Marketing-Tool. So kann eine solche CD-ROM dem Nutzer einen virtuellen Rundgang durch das Gebäude und die Sammlungen ermöglichen. In der Navigation können Übersichten über Sammlungen, Epochen und Künstler zu ausgewählten Objekten führen. Ebenso ist eine alphabetische Indexierung möglich.

Viele CD-ROM's bieten neben den klassischen didaktischen Anwendungen, wie das Lesen und Hören von Informationen sowie exploratives Verhalten (unaufgefordertes Anklicken von Bildausschnitten, um mehr Detailinformation zu erfahren), auch Spielsequenzen an, um vermittelte Inhalte mittels eines Wissensquizes abzu prüfen.

Ebenso eignet sich die CD-ROM, wie bereits weiter oben erwähnt, als Speichermedium für die am Ende eines Museumsbesuches eigens zusammengestellte Ausstellungsrundgänge mit Bildern der Objekte und dazugehörigen Informationen. D.h., dass die Informationen werden vor Ort direkt auf CD-ROM gebrannt.

Der Nachteil einer CD-ROM liegt einerseits im Ausschlussprinzip – man benötigt einen Computer, um die CD-ROM abspielen zu können – und andererseits darin, dass eine rein virtuelle Tour durch eine Sammlung die sozialkommunikative Erfahrung eines Museumsbesuches nicht wiedergeben kann. So ist es nicht möglich, dem Führer Fragen zu stellen oder sich mit einem anderen Besucher zu unterhalten. Auch erhält der Nutzer einen verfälschten Eindruck des Museums – die Räume sind leer, niemand steht im Weg, die übliche Geräuschkulisse fehlt, usw.

Abschliessend ist zu sagen, dass eine CD-ROM für den interessierten Besucher eine sehr gute Ergänzung und Informationsquelle darstellt, den realen Museumsbesuch aber nicht ersetzen kann.

Fazit:

Wo früher die Angst vor Überpädagogisierung und Verschulung von Museen viele Museumsleiter dazu veranlasste, museumspädagogischen Konzepte mit Skepsis gegenüberzustehen, so sind es heute interaktive Anwendungen, denen speziell von traditionellen Kunstmuseen Kritik entgegengebracht wird.

Vorrangige Befürchtung ist, dass einerseits der Einsatz von interaktiven Anwendungen von den eigentlichen Objekten ablenkt und andererseits virtuelle Museen, die online auch von zu Hause aus abrufbar sind oder auf CD-ROM ausgekoppelt verkauft werden, traditionelle Museen ersetzen. Gegenstimmen jedoch sind davon überzeugt, dass Besucher über ein „unappeasable longing for authenticity“⁶⁰ verfügen und das Original bzw. die physische Ausstellung bei Interesse ohnehin besuchen und Web-Erfahrungen oder CD-ROM's als Verstärkermedium verwenden bzw. dazu nutzen, um ihre Neugier zu wecken.

Interaktive Anwendungen verdrängen weder den traditionellen Besuch von Museen und Ausstellungen, noch garantieren sie den ultimativen Lernerfolg. Denn wenn der Besucher interaktive Systeme nutzt, so muss er seine eher passive Rezeptionshaltung aufgeben und aktiv auf die Anwendung zugehen. Diese Entscheidung kann der Besucher nur für sich selbst treffen und kann daher auch vom modernsten Terminal unbeeindruckt bleiben. Auch im Falle einer Nutzung des Mediums kann nicht garantiert werden, dass der Anwender alle relevanten Textinformationen liest. Denn wie im realen Rundgang durch das Museum, verfügt der Benutzer auch hier über die Entscheidungsfreiheit, ob er einen Objektkommentar lesen will oder nicht.

Interaktive digitale Anwendungen dienen aber auf alle Fälle der Kommunikation des Museums nach außen (Verfügbarkeit von online Datenbanken und differenziertes Internetangebot) und der verbesserten Aufbereitung und Nutzung seiner Inhalte. Ebenso unterstützt der Einsatz interaktiver Medien in Museen die unterschiedlichen Dispositionen und Interessen unterschiedlicher Besucher.

⁶⁰ Vgl. Schulze, Multimedia in Museen, 2001, S. 59 dort ohne weitere Angabe der Originalquelle

Paulette McManus⁶¹ meint dazu:

„Notice the levels of communication used in exhibits, a range of appropriately signalled levels of differing weight can cater interestingly for the wide range of visitors to museums in ways which do not offend either „browsing“ nor „serious“ members of the audience.“

⁶¹ McManus, Communication with and between visitors to a science museum, 1991, S. 45, zit. bei Wohlfromm, Museum als Medium, Neue Medien in Museen, 2002, S. 35

Kapitel IV Das Kunsthistorische Museum und dessen museumspädagogische Struktur

1. Geschichte

Das Kunsthistorische Museum (KHM) wurde in der Zeit von 1871 bis 1891 von Karl Hasenauer und Gottfried Semper erbaut. Es beherbergt als eines der größten Museen der Welt die von den Habsburgern über Jahrhunderte zusammengetragenen Kunstschatze. Die reichen Sammlungen umfassen Objekte aus sieben Jahrtausenden, von der Zeit des Alten Ägypten bis zum Ende des 18. Jahrhunderts, sowie eine der bedeutendsten Gemäldesammlungen der Welt.

Neben der Gemäldegalerie und der Ägyptisch-Orientalischen Sammlung verfügt das Museum auch über eine Antikensammlung, die einen Bestand an Skulpturen, Bronzen, Statuetten sowie Glas- und Goldschmiedearbeiten aus dem 3. Jahrtausend v. Chr. bis um 1000 n. Chr. zeigt. Zu den Sammlungen des Kunsthistorischen Museums zählen auch noch die Kunstkammer und das Münzkabinett. Die Kunstkammer beherbergt Hauptwerke der italienischen Bronzeplastik, Elfenbeinarbeiten und Prunkgefäße. Im Münzkabinett werden Naturalgeld, Münzen der Antike, barocke Medaillen und Produkte moderner Münzprägung präsentiert.

Hauptattraktion sind jedoch die Gemäldegalerie und die Ägyptisch-Orientalische Sammlung.

2. Status Quo des Kunsthistorischen Museums

Das Kunsthistorische Museum ist ein Bundesmuseum und wurde mit dem 1. Jänner 1999 zu einer wissenschaftlichen Anstalt öffentlichen Rechts erklärt und erhielt Vollrechtsfähigkeit. Die neue Rechtsform ermöglicht Flexibilität, Eigenverantwortung und einen größeren Handlungsspielraum für Museumsdirektoren. Im Rahmen der neuen Selbstverwaltung wird der Museumsdirektor dazu angehalten, unternehmerisch zu denken. Das Museum wird nicht mehr vom Bund alimentiert, darf aber durch die neue Rechtsform

Einnahmen aus Eintrittsgeldern selbst verwalten und muss diese nicht mehr an das Finanzministerium abführen. Ebenfalls wurde das Museum aus der Weisungsgebundenheit ausgegliedert und erhielt ein Kuratorium als Kontrollorgan. Die Zielsetzung des KHM, die Erfüllung und Verbreitung kultureller Aufgaben sowie die Museumstrias des Sammelns, Erforschens und Vermittelns, wurde beibehalten.

Kritik an der Vollrechtsfähigkeit wird mit befürchtigtem Qualitätsabfall der Museen begründet. Obwohl das KHM zunehmend große, populäre Ausstellungen veranstalten muss, um die Besucher und somit Mittel für den laufenden Betrieb zu lukrieren, so fiel die Evaluierung der Bundesmuseen für das Kunsthistorische Museum äußerst positiv aus.⁶²

So wurde festgehalten, dass das KHM in der internationalen Museumslandschaft eine Leitbildfunktion inne hat. Es verfügt ausserdem über exzeptionell hohes Prestige und betreibt eine vielfältige Ausstellungsaktivität. Das KHM fokussiert auf die Kernthemen der Sammlungen und verzichtet auf Projekte die diesen eher fern stehen. Es unterstützt ebenso nationale und internationale Ausstellungen und wissenschaftliche Kooperationen.

Im Jahr 2004 verzeichnete das KHM 1,308.684 Besucher.⁶³

3. Medien- bzw. Museumspädagogische Ansätze im KHM

Das museumspädagogische Konzept⁶⁴ des Kunsthistorischen Museums ist in seiner Gestaltung dem Charakter dieses Museums angepasst. Das KHM legt großen Wert auf die Betonung der Exklusivität und der Bedeutung der ausgestellten Objekte und präsentiert sich daher sehr objektbezogen. Der konzentrierte Fokus auf die Kunstschatze des KHM forciert die Begegnung zwischen dem Besucher und ist, die Lust am Schauen und an der Auseinandersetzung mit dem Ausstellungsstück hervorzubringen. Der

⁶² Im Jahr 2004 wurden alle Bundesmuseen in Österreich von einer Fachjury evaluiert. Im Februar 2005 wurden die Ergebnisse der Öffentlichkeit präsentiert.

Siehe dazu: <http://www.bmbwk.gv.at/medienpool/12325/bericht.pdf>, Mai 2005

⁶³ Vgl. Titz : Entlaufene Hasen und Revierkämpfe, in : „Observer“, Clip-Nr. 798880 aus: Kleine Zeitung Ennstal, Graz vom 27.2.2005

⁶⁴ Folgender Absatz über das medienpädagogische Konzept des KHM beruht auf einem Gespräch mit Dr. Gabriele Helke, Leiterin der Abteilung ‚Museum und Publikum‘ des KHM, im März 2005

Schwerpunkt der museumspädagogischen Tätigkeit liegt in den umfangreichen Führungen durch das Führungspersonal. Hier vermittelt der Führer zwischen Objekt und Betrachter und achtet auf eine dialogorientierte Vermittlung. Das bedeutet, dass der Besucher nicht einer ‚verschulten‘ Führung folgt, die einer reinen Einweg-Kommunikation unterliegt, sondern dazu aufgefordert wird mit dem Führer in Kontakt zu treten und Fragen zu stellen.

Den Museumspädagogen ist das Hinführen zum Objekt wichtig. Kinder sollen spielerisch durch das Erzählen von Geschichten einen Zugang zum Exponat vermittelt bekommen.

Das ‚Hinschauen‘ lernen, Freude daran empfinden und Geschichte(n) erleben – so könnte das Motto des Kunsthistorischen Museums lauten. Die Art der Vermittlung im KHM eignet sich somit sehr gut für den Unterricht. Das Studieren von Objekten, Merkmalen und geschichtlichen Kontexten im Rahmen einer Führung kann als gute Vorbereitung für den nachfolgenden Unterricht gelten (z.B. werden Bilder von Arcimboldo betrachtet, im nächsten Kunstunterricht sollen Gesichter aus Gemüse nachgezeichnet werden), aber auch zur Vertiefung von bereits vorab Besprochenes dienen (z.B. Darstellungen der heiligen Familie).

Häufig stattfindende Sonderausstellungen sollen dazu beitragen mehr Besucherschichten anzusprechen und die Besucherzahlen zu heben. Sonderausstellungen beziehen sich meist auf populäre Themen und werden mit großem Aufwand vermarktet.

Ein Problem des KHM ist die steigende Raumnot. Sonderausstellungen müssen entweder in einem relativ kleinen Ausstellungsraum präsentiert werden oder bereits hängende Bilder müssen abgenommen werden, um mehr Werke der Sonderausstellung zeigen zu können. Das bedeutet einen ständigen Kompromiss mit den permanenten Ausstellungstücken, was durchaus zur Verärgerung von Stammbesuchern und Kunstliebhabern beitragen kann.

4. Methoden der Vermittlung im KHM

4.1. Persönliche Führungen im KHM

Die Abteilung ‚Museum und Publikum‘ des Kunsthistorischen Museums bietet ein umfangreiches Führungsangebot für Kinder und Erwachsene sowie speziell auch für Schulklassen an.

Es gibt, jeweils gültig für zwei Monate, ein fixes Führungsprogramm, welches folgende Führungen anbietet (Voranmeldungen sind nicht erforderlich):

Spezialführungen: Diese Rundgänge führen durch die Sammlungen des KHM und vermitteln ausgewählte Schwerpunkte.

Mittags im KHM: In der Mittagszeit werden kurze Führungen in der Gemäldegalerie zu wechselnden Themenzyklen angeboten. So gibt es z.B. Zyklen zu Themen wie „Derbes und Deftiges“ oder „Die schöne Frau“.

KunstKontext: KunstKontext-Führungen beinhalten einen kurzen Diavortrag im Medienraum und schließen mit einer Führung vor einem Original des besprochenen Künstlers.

Alte Meister im Blickpunkt: Dieses Angebot bezieht sich auf Abendführungen durch die Gemäldegalerie.

Überblicksführungen: Dreimal die Woche finden zu fixen Uhrzeiten Überblicksführungen zur laufenden Sonderausstellung statt.

Kinder im KHM: Eine spielerische Einführung in die Welt der Kunst ermöglichen Kinderführungen zu ausgewählten Themen. Ein Beispiel dafür ist die Führung unter dem Namen ‚So ein Wetter!‘⁶⁵ Sie beschäftigt sich mit Gemälden, die verschiedenen Wettersituationen, wie Regen, Sonne, Gewitter, Blitze oder

⁶⁵ Vgl. <http://www.khm.at/home895.html> , April 2005

Schneegestöber zeigen. Im Rahmen dieser Führung soll auf unterschiedliche Maltechniken sowie Vorlieben ausgewählter Maler eingegangen werden, wenn es um die Darstellung von Wetter geht. Dabei wird in die Altersgruppen 5-8 Jahre und 9-12 Jahre unterschieden.

Führungen für Schulklassen und Kindergärten: Die Abteilung Museum und Publikum bietet Führungen für angemeldete Schulklassen, Hortgruppen und Kindergärten in allen Sammlungen des KHM an. Diese Führungen werden individuell auf Alter und Wissensstand der Kinder und Jugendlichen abgestimmt: Kindergarten- und Volksschulgruppen sollen spielerisch in die Kunst eingeführt werden, bei Haupt- und Mittelschülern steht dialogorientierte Wissensvermittlung im Vordergrund. Führungen können auf einzelne Sammlungen konzentriert oder sammlungsübergreifend sein, einem bestimmten Thema oder einer Epoche gelten.

Die reichhaltigen Sammlungen des KHM eignen sich in hervorragender Weise zur Veranschaulichung des Lehrplans sowohl der Volks- als auch der Haupt- und Mittelschulen.

Kunsterziehung, Geschichte, Religion und Latein sind Unterrichtsfächer, denen die Sammlungen des KHM besonders entgegenkommen. Während für den Kunstunterricht stilistische Merkmale (z.B. Licht und Farbe, Komposition) vorrangig sind, so bieten sich z.B. Herrscherportraits in der Gemäldegalerie oder die Ägyptisch-Orientalische Sammlung für geschichtliche Themenschwerpunkte an. Darstellungen aus dem Testament, Altarbilder sowie Darstellungen antiker Helden eignen sich für den Religions- und Lateinunterricht.

Spezialführungen in Zusammenarbeit mit der „Jeunesse“: Im Rahmen der Kooperation zwischen dem KHM und der Jeunesse werden ebenfalls spezielle Führungen in den Sammlungen des KHM angeboten. Diese sind auf die Inhalte ausgewählter Jeunesse-Konzerte und alle Altersgruppen abgestimmt. Wird bei einem Jeunesse-Konzert z.B. Händels „Israel in Egypt“ gegeben, so findet die darauffolgende Führung in der Ägyptisch-Orientalischen Sammlung zum Thema „Die Kunst des Alten Ägypten“ statt.

Sonderführungen für Erwachsene: Bestimmte Sonderführungen zu Sammlungsschwerpunkten, die nicht im Führungsangebot enthalten sind oder für private Gruppen können auf Anfrage gebucht werden. Die Abteilung ‚Museum und Publikum‘ stellt qualifiziertes Führungspersonal zur Verfügung und ist in der Lage, auf spezielle Themenwünsche einzugehen. Ebenso können auch Führungen in Fremdsprachen vorbestellt werden.

Im Jahr 2004 wurden insgesamt 503 Führungen für Schulklassen und 424 Führungen für Erwachsenengruppen im Kunsthistorischen Museum durchgeführt. Durchschnittlich waren pro Monat 42 Schulklassen und 35 Erwachsenengruppen im Rahmen eines Führungsprogramms im KHM unterwegs. Nicht miteinberechnet sind die acht Sonderausstellungen, die 2004 stattgefunden haben. Dafür interessierten sich insgesamt 63 Schulklassen und 215 Erwachsenengruppen.

Diese Aufstellung⁶⁶ zeigt, dass die Sammlungen und deren reichhaltiges Angebot an Themenschwerpunkten für schulische Zwecke geeigneter sind, als Sonderausstellungen, die meist zu sehr auf ein sehr spezielles Thema beschränkt sind.

4.2. Der Audio Guide im KHM

Neben den Führungsangeboten durch Führungspersonal, stellt das KHM auch noch Audio Guides zur Verfügung. Die genaue Funktionsweise eines Audio Guides wurde bereits ausführlich unter Kapitel II erläutert.

Die Geräte, die im KHM eingesetzt werden, steuert der Benutzer mittels Eingabe einer Tastenkombination. Wird eine bestimmte Nummer, die auf einem Schild neben dem Objekt angegeben ist, mittels Tasten eingegeben, dann kann der Benutzer den dazu gehörenden Text, der auf einem Mikrochip gespeichert ist, abrufen und anhören.

Zu Beginn des Jahres 2005 wurden die Audio Guides des KHM mit einer zusätzlichen Funktion versehen. Diese erlaubt dem Benutzer während der Tour

⁶⁶ siehe dazu das Diagramm über die Anzahl der Schulklassen- und Erwachsenenführungen im Jahr 2004 der Abteilung ‚Museum und Publikum‘ des KHM auf der CD-ROM im Anhang dieser Arbeit.

durch das Museum für ihn interessante Objekte mit einem Lesezeichen, einem sogenannten Bookmark, zu versehen. Dies geschieht mit Hilfe des Audio Guides, der neben Audioinformationen auch interaktive Tätigkeiten zulässt. Der Display des Gerätes zeigt neben den Grundfunktionen wie Sprachauswahl auch ein Spezialmenü an. Dieses setzt nach Aufforderung durch den Benutzer Bookmarks bei individuell ausgewählten Objekten. An der Rückgabestation der Audio Guides wird dieser an einen Computer angeschlossen. Der Benutzer kann nun nochmals seine ausgewählten Objekte auf einem Touchscreen ansehen und auswählen. Es besteht dann die Möglichkeit ausgewählte Bilder sofort in verschiedenen Größen, gegen einen bestimmten Betrag, auf einem speziellen Farbdrucker ausdrucken zu lassen. Auch das Ausdrucken von Texten ist möglich.

4.3. Die Beschilderung im KHM

Im Kunsthistorischen Museum wird die Form der Beschilderung an allen Objekten angewendet. In allen Sammlungen gibt es, ausgenommen von Saaltexten bei Sonderausstellungen, sämtliche Beschriftungen nur in deutsch.

4.4. Der Folder im KHM

Das KHM verfügt über ein 12-seitiges Leporello, welches alle Sammlungen auf jeweils einer Seite kurz zusammengefasst präsentiert. Ebenso findet man in diesem Folder allgemeine Informationen über das Haus und dessen Entstehungsgeschichte sowie Informationen über Öffnungszeiten, Eintrittspreise und Kontaktpersonen der Abteilungen wie Öffentlichkeitsarbeit und Museum und Publikum. Außerdem werden auf wöchentlich stattfindende Events des Cafès des Museums hingewiesen, wie Abendessen und Brunch im exklusiven Rahmen. Illustriert wird das Leporello mit Bildern aus den Sammlungen.

Die Sonderausstellungsfolder des KHM sind 6-seitig und stellen den Künstler und die Thematik der Sonderausstellung in deutsch und in englisch kurz auf jeweils ein bis eineinhalb Seiten vor. Ebenso werden Bilder der Highlights der Ausstellung abgedruckt. Auf der Rückseite des Folders findet man zweisprachig Informationen zu Öffnungszeiten, Eintrittspreisen und Führungsangebote zur Sonderausstellung.

4.5. Der Museums-Shop des KHM

Der Museums-Shop selbst ist keine museums- bzw. medienpädagogische Vermittlungsmethode, kann aber als Plattform zum Vertrieb von Informationsmaterial und Fachliteratur in Form von Büchern, Katalogen, CD-ROM's und DVD's fungieren. Der Museumsshop des KHM bietet eine Vielzahl von Artikel zum Kauf an. Dazu zählen Postkarten der bekanntesten Bilder und Objekte, Repliken, Geschenkartikel, Schmuck, Münzen und Medaillen, Textilien (T-Shirts, Halstücher), Spiele, Bücher, Kataloge sowie Dias, DVD's und CD-ROM's.

Das Angebot an Büchern und Katalogen zu den Sammlungen des KHM sowie allgemein über Kunst ist sehr vielfältig und beinhaltet auch fremdsprachige Ausgaben. Spezielle Materialien, die als Unterrichtsmaterialien dienen, wie z.B. Arbeitshefte für Schüler oder Lehrerhefte sind im Sortiment nicht enthalten.

Allerdings gibt es einige CD-ROM's und DVD's, die zur Vorbereitung bzw. Nachbearbeitung eines bestimmten Themas eingesetzt werden können. Dazu gehört unter anderem eine umfangreiche CD-ROM über die Schätze des Alten Ägyptens in Europa. Diese CD-ROM kostet 25 Euro und bietet auch zur Ägyptisch-Orientalischen Sammlung des KHM Bilder und Informationen an. Über eine Navigationsleiste kann der Benutzer entweder nach Objekt, Ort, Material oder mittels einer Zeitleiste auswählen, welche Inhalte angezeigt werden. Ebenso lassen sich Bilder und Objekte in vergrößerter Form ansehen und anklicken, um Detailinformationen zu erhalten. Neben den klassischen Textinformationen gibt es auch Audiotexte, die abgespielt werden. Zusätzlich bietet dieses Medium acht Themen an, die eingehender behandelt werden.

Eine weitere CD-ROM, die besonders interaktive Inhalte präsentiert, ist die CD-ROM „Interactive Egypt. Tutanchamun“, die begleitend zur Ausstellung „Tutanchamun – Das goldene Jenseits“ in der Ausstellungshalle Bonn, erschienen ist. Sie bietet Hintergrundinformationen zum alten Ägypten, Geschichte, Alltag und Pharaonen. Ebenso beinhaltet dieses CD-ROM ein interaktives Lernprogramm indem Wissenswertes entweder in den thematischen Kapiteln oder mittels Lernspiele (themenorientierte Ägyptenspiele sowie Spielparcours mit Wettbewerb) erworben werden kann. Neben unterhaltsamen Animationen, wie virtuelle

Grabbegehungen, Hieroglyphen- und Zahlenschreiber, wird auch noch umfangreiches Begleitmaterial angeboten, welches auch Power Point Präsentationen für den Unterricht enthält.

Ebenfalls konzipiert für den Unterricht ist ein Buch über das alte Ägypten, welches in leichtverständlicher Sprache Basiswissen zum Leben der alten Ägypter beinhaltet und von einem wissenschaftlichen Mitarbeiter des Kunsthistorischen Museums verfasst wurde. Zu diesem Buch, welches um 10,90 Euro erhältlich ist, gehört eine CD-ROM, die Bilder von Objekten der Ägyptisch-Orientalischen Sammlung präsentiert.

Zur Thematik römischer Ausgrabungen in Wien und Niederösterreich gibt es eine DVD um 15 Euro im Angebot, die Analysen zur Venus von Willendorf zeigt und im Booklet ein Papiermodell der Venus zum Nachbasteln beinhaltet.

„Vindobona, Reise in das antike Wien“ heißt eine CD-ROM, die neben einem 20minütigen Animationsfilm auch interaktive Objekte, Texte und Audioinformationen zum Wien in der Zeit der Römer beinhaltet.

Als Unterrichtsmaterial für den Kunstunterricht bietet sich ein Video über den flämischen Künstler Vermeer an. Dieses behandelt die verschiedenen malerischen Einflüsse in den Bildern Vermeers sowie seine Maltechnik. Die Verknüpfung zum Kunsthistorischen Museum ist dadurch gegeben, dass ein Gemälde Vermeers in dessen Besitz ist und zum Bestand der permanenten Ausstellung in der Gemäldegalerie zählt.

Für Kinder bzw. Volksschulklassen befindet sich zur Zeit nur ein Medium im Angebot. Dieses ist des Ausstellungsbegleiter zur Ausstellung aus dem Jahr 2003 „Kaiser Ferdinand I“. Der Ausstellungsbegleiter trägt den Titel „Seine Majestät Kaiser Ferdinand I. erzählt“ und führt durch die Gemälde der Ausstellung, indem der Kaiser persönlich die Geschichte zu jedem Bild erzählt.

Das Angebot an thematischen Kinderbüchern und Erwachsenenliteratur ist sehr vielfältig. Dennoch gibt es nur wenige Publikationen, in schriftlicher oder digitaler Form, die für den Einsatz im Unterricht geeignet sind. Jene Angebote, die geeignet sind (siehe oben) kosten zwischen 10 und 25 Euro.

4.6. Das Internetangebot des KHM

Das Kunsthistorische Museum verfügt über ein Internetangebot⁶⁷, welches den traditionellen Informationsstandards entspricht. Die Seite ist eingeteilt in die Rubriken Sammlungen, Ausstellungen, Führungen, Das Museum, Information, Aktuell und Shop. All diese Rubriken bieten zwar umfangreiche Informationen bieten aber kaum Interaktivität. Besonders tief verzweigt ist die Kategorie „Sammlungen“, die zu jeder Sammlung des Museum Höhepunkte als digitale Bilder mit einer kurzen Erläuterung wiedergibt. Besser wäre in diesem Fall, jeweils nur einige Höhepunkte der jeweiligen Sammlung zu zeigen, diese aber mit einem interaktiven Charakter auszustatten, sodass der Nutzer auch dreidimensionale Abbildungen sehen kann und auch mehr Detailinformationen erhält. Die Erstellung eines digitalen Gesamtkataloges der Sammlungsbestände, auf den extra zugegriffen werden kann, würde die Rubrik „Sammlungen“ entlasten und dem interessierten Nutzer mehr Effektivität in der Suche nach bestimmten Objekten anbieten.

Dazu ist allerdings zu sagen, dass seit dem Jahr 2001 das KHM bereits am Aufbau einer digitalen Bilddatenbank arbeitet. Bis 2007 sollen sämtliche wissenschaftlich aufgearbeiteten Objekte aller Sammlungen des KHM sowie der angegliederten Institute⁶⁸ im Internet zur Verfügung stehen. Das Ziel ist, den Nutzern einen Rundgang durch ein virtuelles Museum mit rund 38.000 Objekten anzubieten.

4.7. Das Ferienspiel im KHM

Das Kunsthistorische Museum beteiligt sich ebenfalls am Ferienspiel der Stadt Wien (siehe Kapitel II). In der Zeit der Schulferien bietet das KHM gratis Führungen für Schüler durch die Ägyptisch-Orientalische Sammlung an. Die Tour „Reise in das Land der Pharaonen“ wird an zwei Altersgruppen angepasst (5-8 Jahre und 9-12 Jahre). Spielerisch wird den Kindern Wissen über das alte

⁶⁷ <http://www.khm.at>, März 2005

⁶⁸ Zur wissenschaftlichen Anstalt öffentlichen Rechts, das Kunsthistorische Museum Wien, gehören ausserdem noch folgende Museen: Museum für Völkerkunde, Schatzkammer, Neue Burg, Lipizzaner Museum, Österreichisches Theatrumuseum und die Wagenburg in Schönbrunn

Ägypten vermittelt. Am Ende der Führung erhalten die teilnehmenden Kinder Sticker, die als „Beweis“ für den Besuch des Museums in ihren Ferienspielpass eingeklebt werden.

4.8. Vorträge im KHM

Der Verein „Freunde des Kunsthistorischen Museum“ bietet für seine Mitglieder exklusive Vorträge und Führungen an. Ebenso wird die Möglichkeit geboten an Seminaren über Kunstgeschichte zu einem ermäßigten Preis teilzunehmen. Seminare zu unterschiedlichen Themen finden jeweils sechsmal im Winter- und Sommersemester statt.

5. Stärken-Schwächen Analyse

Eine Stärke-Schwächen Analyse bezogen auf die Schwerpunkte Mediendidaktik und Medieneinsatz soll einen besseren Überblick über die derzeitige Situation des KHM geben.

Eine klare Stärke des KHM liegt in dem vielfältigen Führungsangebot. Wie die laufenden Besucherbefragungen im KHM zeigen, sind gerade Themenführungen und Kinderführungen sehr beliebt und werden als sehr interessant bzw. pädagogisch wertvoll bezeichnet.

Auch der reduzierte Eintrittspreis für Schüler im Klassenverband von zwei Euro (statt 10 Euro) ist als Pluspunkt zu betrachten.

Auch bieten die vorhandenen Audio Guides bereits die neuesten Zusatzfunktionen an. Das bedeutet, dass der Vorteil genossen werden kann, interaktiv on-demand Kataloge und/oder Poster gestalten und ausdrucken lassen zu können.

Als Schwächen sind festzuhalten, dass es keine speziellen Vermittlungsangebote für Jugendliche gibt, die deren Interesse und Aufmerksamkeit besonders erregen. Interaktive Medien, die neben den klassischen Führungen ein komplett anderes Vermittlungserlebnis bieten, gibt es im Kunsthistorischen Museum, ausser dem Audio Guide, noch immer nicht. Auch führt die allgemeine Raumnot im KHM dazu,

dass viele Objekte aus den umfangreichen Beständen nicht ausgestellt werden können. Eine digitale Galerie würde auch nicht ausgestellte Objekte sichtbar machen. Auch andere Vermittlungsmethoden, die neben den üblich angesprochenen Fernsinnen, wie Sehen und Hören, auch die Nahsinne (Tasten, Riechen, Schmecken) bis zu einem gewissen Grad ansprechen, werden im KHM nicht angeboten.

Wie bereits ausführlich bei der Erläuterung des Museumsshops des KHM erwähnt, ist die Auswahl an didaktischen Materialien bzw. Medien für den Unterricht sehr beschränkt (Arbeitshefte, Ausstellungsbegleiter). Dies gilt auch für Literatur und interaktiven Medien, welche die Zielgruppe der Jugendlichen ansprechen soll. Hier ist für die Altersgruppe ab 12 Jahren nichts im Angebot. Es besteht eine Angebotskluft zwischen ausgewählter Kinderliteratur und Erwachsenenliteratur. Ebenso werden keine Bemühungen unternommen, um spezielle Kooperationen mit Schulen einzugehen, die neben den Schüler- und Lehrerführungen auch bestimmte Projekte realisieren.

Allgemein ein großes Manko im Kunsthistorischen Museum ist ausserdem die nicht einheitliche Form und Farbe der Schilder sowie der Schrift. Die Lesbarkeit ist in den meisten Fällen nur sehr eingeschränkt gegeben. Auch die Beschilderung der Objekte ist nur in deutsch angegeben.

Unter Betrachtung der vorausgegangenen Theorie über Medienpädagogik im Ausstellungswesen und der Stärken-Schwächen Analyse des Kunsthistorischen Museums lassen sich folgende Überlegungen für den Einsatz idealer Vermittlungsstrategien in Kunstmuseen anstellen:

Die Führung

Trotz umfangreichen Führungsangebotes im KHM, so lassen sich Führungen dennoch so gestalten, dass neben Sehen und Hören auch andere Sinne angesprochen werden und eine aktivere Partizipation des Teilnehmenden gefördert wird, wie z.B. kreative Führungen.

Einsatz von interaktiven Medien

Kunstmuseen können sich nicht länger davor scheuen neben Führungen und Beschilderung alternative Strategien wie interaktive Medien einzusetzen. Interaktive Medien, z.B. ein Computerterminal, bieten einerseits ein unterschiedliches Vermittlungserlebnis zu persönlichen Führungen⁶⁹ und bekommen andererseits einen immer höheren Stellenwert in einer wachsenden Informationsgesellschaft, die gewisse Standards fordert, zugewiesen.

Ebenso eignet sich der Einsatz unterschiedlicher Vermittlungsstrategien dafür, auch unterschiedliche Besucherschichten und Bildungsniveaus anzusprechen.

Dennoch ist gerade in Kunstmuseen, die auf sinnliche Eindrücke und Atmosphäre bauen, darauf zu achten Vermittlungsstrategien nur fakultativ einzusetzen. D.h., der Besucher entscheidet selbst, ob er für weitere Erklärungen einen Infoterminal benutzen will oder an einer Führung teilnimmt. Im Vergleich dazu: Gerade in Museen moderner Installationskunst oder auch in technischen sowie naturhistorischen Museen ist es oft notwendig ein Objekt mit Hilfe einer interaktiven Tätigkeit zu betrachten, um den Gesamteindruck vermittelt zu bekommen.

Auch Audio Guides sind alternative Führungsangebote neben den persönlichen Führungsgesprächen. Unter Kapitel II wurden die Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten bereits ausführlich dargestellt.

Der Einsatz von Audio Guides nach dem neuesten Stand der Technik, der den Besuchern ermöglicht, „on demand“ individuelle Produkte, wie Kataloge oder Poster in verschiedenen Größen erstellen zu lassen, sollten in der heutigen Museumswelt unter Berücksichtigung der wachsenden Interaktivität und Forderung nach „Edutainment“ zum Standard werden.

Neben dem bereits vorhanden Audio Guide, der demnächst auch on-demand Funktionen bieten wird, würde sich für das Kunsthistorische Museum eine Mediathek mit umfangreichen interaktiven Anwendungsbereichen, abgegrenzt von den Ausstellungsräumlichkeiten, eignen.

⁶⁹ Der Einsatz von interaktiven Medien wurde bereits ausführlich unter Kapitel III erwähnt und bedarf an dieser Stelle keine Erläuterung mehr.

Beschilderung

Die Beschilderung ist eine grundsätzliche Informationsquelle in Museen, die dem Besucher Basisinformationen über das Objekt liefert. Dennoch, oder gerade deshalb ist es sehr wichtig, dass Grundsätze der Lesbarkeit eingehalten werden müssen. Auch sollte die Beschilderung nach heutigem internationalen Standard neben der Landessprache auch in Englisch angeführt sein, was im Kunsthistorischen Museum nicht der Fall ist. Folgende Charakteristika der Beschilderung zeigen einerseits, was im KHM verbesserungswürdig ist und führen gleichzeitig den gängigen Beschilderungsstandard an.

Schrifttyp und Schriftfarbe

Ein gute Lesbarkeit ist gegeben, wenn als Schrifttyp „Arial“ verwendet wird und die Schriftfarbe schwarz und fettgedruckt ist. Im KHM wird oft der Schrifttyp „Times“ verwendet, der, speziell wenn nicht fettgedruckt, eher schwer leserlich ist.

Hintergrundfarbe

Als beste Hintergrundfarbe erweist sich das klassische Weiß, da starke Kontraste (schwarze Schrift auf weißen Hintergrund) über eine sehr hohe Lesbarkeit verfügen. In den Sammlungen des KHM finden sich aber neben weißen Schildern auch grüne und rote Schilder, die der Tapetenfarbe angepasst sind. Bei den roten Schildern (eher helles bräunlich-rot) ist die Schrift in weiß gehalten. Dies ist sehr schwer zu lesen, da die Übergänge zwischen den einzelnen Buchstaben, den Wörtern sowie den Zeilen optisch dazu tendieren zu „verschwimmen“. Man muss sehr konzentriert lesen, was die Augen schnell ermüdet. Auch bei den gedeckt grünen Tafeln ist die Lesbarkeit nicht berücksichtigt. Die Schrift ist zwar schwarz, hebt sich aber schwer vom Hintergrund ab. In beiden Fällen wäre zumindest Fettdruck der Schrift empfehlenswert.

Hängung der Schilder

Bei vielen Objekten, besonders Kunstgegenstände, die auf Sockeln stehen, sind die Schilder zu tief angebracht. Für Kinder stellt dies zwar eine gute Höhe dar, Erwachsene müssen sich aber bücken, um das Schild lesen zu können. Eine gute Lösung wäre, die Schilder so anzubringen, dass sie nicht flach am Sockel angebracht sind, sondern in einem schrägen Winkel. Dadurch können Kinder die Beschilderung noch immer gut lesen und Erwachsene brauchen nur den Blick senken, um die Informationen zu lesen.

Eine schräge Anbringung von Schildern ist auch bei Vitrinen ratsam, die das Schild in der Vitrine neben dem Objekt präsentieren. Flach aufgelegte Schilder sind oft schwer zu lesen, da das Glas der Vitrine entweder die Schrift verzerrt, wenn man in einem zu steilen Winkel hineinblickt oder das Schild so weit hinten liegt, dass man nicht näher herangehen kann, und es dadurch, auch bedingt durch die meist zu kleine Schriftgröße, nicht mehr lesbar ist. Bei flach oder leicht schräg aufgelegten Schaukästen ist dieses Problem nicht gegeben.

Ein weiteres Defizit sind transparente Aufkleber mit schwarzer Schrift, die an Glasfronten geklebt werden. Die Schrift kann sich nicht klar genug vom Hintergrund abheben, auch diese Form der Beschilderung ist zu vermeiden.

Saaltexte

Die Saaltexte des KHM sind relativ gut lesbar, da sie eine große Schrift verwenden, über eher breite Zeilenabstände verfügen und nicht zu lang sind. Saaltexte werden für Sonderausstellungen angefertigt und werden auch in englisch affiziert. Meistens gibt es an verschiedenen Stellen mehrere Saaltexte, die zu unterschiedlichen Bereichen des ausgestellten Künstlers verfasst sind.

Bei der derzeitigen Sonderausstellung sind die Saaltexte gut leserlich in schwarzer Schrift auf weißen Tafeln angebracht. Auch die Beschilderung der Gemälde ist sehr leserfreundlich gestaltet. Die Schilder befinden sich nicht wie üblich direkt an der Wand neben dem Gemälde, sondern sind schräg auf einer metallenen Absperrung, die die Gemälde, anstatt der üblichen Kordel, vom Besucher abgrenzen, angebracht. Die Schilder sind ausserdem größer als sonst und gehen

in die Breite anstatt in die Höhe. Dadurch kann der Leser einer längeren konstanten Lesebewegung folgen und ist nicht gezwungen nach relativ kurzen Zeilen bereits in die nächste Reihe zu springen. Auch hier sind die Schilder weiß mit einer schwarzen, fettgedruckten Schrift.

Bei der vorhergehenden Sonderausstellung wurde der Saaltext auf großen Glastafeln angebracht, deren Rückseite aus Milchglas war. Die Tafeln wirkten sehr modern und die schwarze Schrift war auch gut lesbar. Das Problem allerdings war, dass das Glas stellenweise spiegelte und somit das Lesen erschwerte.

Beleuchtung

Die Beleuchtung im KHM ist generell so installiert, dass die Objekte und deren Beschilderung gut erkennbar sind und ist ausserdem dem empfindlichen Zustand der Objekte angepasst. Speziell in der Ägyptisch-Orientalischen Sammlung gibt es einige Wandtafeln, die für den interessierten Besucher Zusatzinformationen zum Leben der alten Ägypter anbieten. Einige von diesen Tafeln sind allerdings so unglücklich aufgehängt, dass dort so gut wie keine Lichtquelle vorhanden ist. Der Besucher muss im Halbschatten die Texte entziffern.

Zusammenfassung Beschilderung

Die Informationen, die im KHM auf den Schildern angegeben sind, sind nicht zu lang und geben neben den üblichen Hinweisen, wie Titel, Zeit, Ort und Material auch ausreichend Zusatzinformationen, die einen guten Überblick über das Objekt geben. Die Schriftgröße ist in den meisten Fällen angemessen sowie die Zeilenabstände.

Minuspunkte sind die schlechte Lesbarkeit aufgrund andersfarbiger Tafeln und Schriften, als auch stellenweise die zu kleine Schriftgröße und der fehlende Fettdruck.

Unprofessionell wirkt das uneinheitliche Erscheinungsbild der Beschilderung. In einigen Ausstellungsräumen sind Schilder in unterschiedlichen Formaten und Farben, oft auch noch über- oder nebeneinander, angebracht. Deutlich heben sich erst kürzlich angebrachte, strahlend weiße Schilder von den älteren, vergilbten

Schildern ab. Auch der Schrifttypus variiert zwischen Times und Arial. Besonders unseriös: Ein inhaltlicher Fehler auf einem Schild wurde mit Bleistift durchgestrichen und der korrekte Begriff per Hand darüber geschrieben.

Der größte Kritikpunkt ist jedoch die monolinguische Beschriftung der Objekte. In einem Museum von internationalem Ruf sollte die englische Beschriftung neben der deutschen ein Standard sein.

Das kommende Kapitel beinhaltet die Entwicklung eines medienpädagogischen Konzeptes für das Kunsthistorische Museum unter Berücksichtigung der Zielgruppe der Jugendlichen. Dieses Konzept stützt sich auf Ergebnisse aus der Theorie sowie einer empirischen Befragung, welche ebenfalls im folgenden Kapitel präsentiert wird.

Kapitel V Entwicklung eines medienpädagogischen Konzeptes für das Kunsthistorische Museum

Die leitende Forschungsfrage der Arbeit lautet: „Wie kann Medienpädagogik im Ausstellungswesen genutzt werden, um Jugendliche und Schülergruppen für einen Besuch des Kunsthistorischen Museums zu interessieren?“

Als Methode, um diese Frage zu beantworten, wurde die Umfrage⁷⁰ gewählt. Die Umfrage wurde mit Hilfe eines standardisierten Fragebogen durchgeführt. Die Frage waren meistens geschlossen und Antwortkategorien waren vorgegeben. Allerdings konnten bei einigen Fragen auch eigene Meinungen angegeben werden bzw. waren einige rein offene Fragen (z.B. Frage nach dem Alter).

Die Befragten setzen sich zusammen aus Schülern und Lehrern. Dadurch sollte einerseits die Meinungen der Schüler als zukünftiger individueller Besucher des Museums erforscht werden und andererseits die didaktisch-pädagogischen Prioritäten der Lehrpersonen ermittelt werden, um feststellen zu können, inwieweit das KHM Einfluss auf Lehrpersonen ausüben kann, wenn es um die Entscheidung eines Museumsbesuches geht.

Die Ergebnisse der Umfrage sollen als Unterstützung für die Entwicklung eines Konzeptes für das Kunsthistorische Museum dienen, welches den Einsatz von Medien in der Vermittlung unter dem Gesichtspunkt der Mediendidaktik und den Interessen der Jugendlichen berücksichtigt.

1. Die Befragung im Kunsthistorischen Museum Wien

1.1. Forschungsbericht

Die Befragung richtete sich an Jugendliche im Alter von 10 bis 17 Jahren. Diese Strukturierung der Altersklassen wurde gewählt, um ein möglichst breites Spektrum der Altersklassen, die unter dem Begriff „Jugendliche“ zusammengefasst werden (dazu zählt die Verfasserin der Arbeit auch Personen in einem Alter, in welchem diese weitläufig noch als Kinder bezeichnet werden. Der

⁷⁰ Vgl. Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S. 114-178

Verfasserin entschloss sich aber dazu die Grenze zwischen den Begriffen Kindern und Jugendlichen nach Eintritt in eine Hauptschule oder AHS zu ziehen) zu erreichen und andererseits die Jugendlichen bis zu jenem Alter zu befragen, in welchem selbstmotivierte Besuche von Kunstmuseen noch selten sind. Um die Durchführung der Befragung übersichtlicher zu halten und außerdem Feedback über Führungserlebnisse zu bekommen, entschied sich die Verfasserin zur Befragung von Schulklassen (1. bis 6. Klasse AHS), die im Rahmen des Unterrichts eine Führung im KHM mitmachen. Das durchschnittliche Alter der Befragten liegt bei 11 und 16 Jahren.

Da die Befragung nur eine Momentaufnahme darstellt, sind die Ergebnisse der Befragung nicht repräsentativ für die durchschnittliche Anzahl aller Schülergruppen dieser Altersklassen, die das KHM besuchen.

Ebenso wurden auch Lehrpersonen befragt, um deren Einstellung zur erlebten Führung und zu didaktischen Vorgehensweisen beim Besuch des Kunsthistorischen Museums zu erfahren. Dies war insofern wichtig, da sich die LehrerInnen für den Museumsbesuch bzw. die Art der Vermittlung im Museum bewusst entscheiden und den Besuch als didaktisches Element in den Unterricht integrieren.

1.2. Darstellung der Ergebnisse

Das Ziel der Befragung war, eine Dokumentation der momentanen Situation und Bedürfnisse der SchülerInnen zwischen 10 und 17 Jahren sowie der Lehrpersonen innerhalb von zwei Wochen zu erreichen. Insgesamt wurden 62 SchülerInnen und sechs Lehrpersonen befragt. Die Ergebnisse der Befragung geben ausschließlich Häufigkeitsverteilungen an und sollen somit die Entwicklung eines medienpädagogischen Konzeptes für das Kunsthistorische Museum unterstützen und als Orientierung dienen. Die Aussagen der Schüler sind im Anhang als Excel-Auswertungen zu finden, die Aussagen der Lehrer wurden aufgrund der geringen Teilnahme nur als Meinung gewertet und nicht als statistische Umfrage und fließen in die Arbeit mit ein.

Aus der Forschungsfrage der Arbeit wurden zwei Hypothesen abgeleitet, die durch die Auswertung der Befragung entweder bestätigt oder widerlegt werden sollen.

Die Hypothesen lauten:

„Zwischen dem Einsatz interaktiver Medien im Kunsthistorischen Museum und dem Interesse von Jugendlichen an einem Museumsbesuch besteht ein positiver Zusammenhang.“

„Wenn das Kunsthistorische Museum unterschiedliche Medien, die auf mediendidaktischen Überlegungen beruhen, als Vermittlungsinstrumente anbietet, dann entscheiden sich LehrerInnen eher dafür mit ihren SchülerInnen ins Kunsthistorische Museum zu gehen, als wenn nur traditionelle Schülerführungen angeboten werden.“

Die Fragebögen für SchülerInnen und LehrerInnen enthielten 16 bzw. 19 Fragen, die aus den Hypothesen abgeleitet wurden. Der Schwerpunkt der Fragen lag in beiden Fragebögen auf den Einsatz interaktiver Medien im KHM.

Im SchülerInnenfragebogen wurden einleitend Fragen zur eben erlebten Führung gestellt („Wie hat dir die Führung gefallen?) sowie zum Interesse am Museumsbesuch und den Erwartungen der SchülerInnen an den Besuch. Der Mittelteil des Fragebogens wurde dominiert von Fragen nach interaktiven Medien, wie Audio Guides und Computerterminals, um das Interesse der SchülerInnen an der Nutzung dieser Medien zu erkunden („Würdest du Computerstationen hier im Museum nützen, um mit Hilfe von Wissensspielen, tollen Grafiken, Videoclips und ausführlichen Begleittexten mehr über bestimmte Ausstellungsstücke (z.B. Bilder) zu erfahren?“, „Hättest du lieber eine Führung mit einem Audio Guide anstatt mit einer Führungsperson gemacht?“).

Am Ende wurden noch allgemeine Fragen nach soziodemographischen Daten gestellt.

Der SchülerInnenfragebogen war für alle befragten Altersklassen gleich gestaltet. Die Verfasserin entschied sich dafür, auch die ältern SchülerInnen mit „Du“ anzusprechen und die Gestaltung der Fragen im gleichen, leicht verständlichen

Stil zu halten, um die Befragung so einfach wie möglich durchführen zu können und den Arbeitsaufwand an die Größe der Befragung anzupassen.

Der LehrerInnenfragebogen war inhaltlich ähnlich gestaltet. Es wurde Wert darauf gelegt, wie die Lehrpersonen zur Nutzung interaktiver Medien durch ihre SchülerInnen stehen („Würden Sie Ihre SchülerInnen eine Führung mit einem Audio Guide machen lassen?“, „Wie ist Ihre Meinung zum Einsatz interaktiver Medien im KHM als Vermittlungsinstrument für SchülerInnen?“). Ebenso versuchte der Fragebogen zu ermitteln, ob Bedarf und Interesse an zusätzlichem Unterrichtsmaterial, welches vom KHM zur Verfügung gestellt werden würde, besteht („Würden Sie öfter mit Schulklassen ins KHM gehen, wenn es Ihnen Material zur Vor- bzw. Nachbearbeitung des Besuches zur Verfügung stellen würde?“, „Wenn Sie vom Museum Material zur Verfügung gestellt bekommen – wie sollte dieses aussehen?“ „Wie viel wären Sie bereit für eine CD-ROM, die umfangreiches Material enthält, auszugeben?“).

1.2.1. Auswertung SchülerInnenfragebogen

Folgende Auswertung gibt die Häufigkeitsverteilung von Antworten der SchülerInnen von 10 bis 11 Jahren (Altersgruppe 1) und der SchülerInnen von 15 bis 17 Jahren (Altersgruppe 2) wieder. Eine genaue Aufstellung der Auswertungen mit grafischer Darstellung ist im Anhang zu finden.

Frage 1:

Die erste Frage trug die allgemeine Überschrift „Wie hat dir die Führung gefallen?“ und teilte sich in sieben Aussagen, die jeweils mit „Ja“, „teils-teils“ und „Nein“ beantwortet werden konnten.

Aussage 1a: „Ich habe alles gut verstanden.“

Diese Aussage beantworteten beide Altersgruppen überwiegend mit „Ja“ mit jeweils über 70%. Während die Altersgruppe 1 nur mit 4% ein „Nein“ als Antwort gab, so waren es bei der Altersgruppe 2 immerhin 10%, die mit „Nein“ antworteten.

Aussage 1b: „Was wir gesehen haben, fand ich interessant.“

Beide Altersgruppen beantworteten diese Aussage mehrheitlich mit „teils-teils“, jedoch dicht gefolgt von „Ja“. In der Altersgruppe 1 gab es kein einziges „Nein“ als Antwort und in der Altersgruppe 2 gaben 4% „Nein“ als Antwort.

Aussage 1c: „Ich habe viel Neues gelernt.“

In der Altersgruppe 1 war die Meinung zu „Ja“ und „teils-teils“ fast gleich verteilt. Zehn der befragten 23 SchülerInnen dieser Altersgruppe gaben „Ja“ als Antwort und 11 SchülerInnen bevorzugten „teils-teils“.

In der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen waren die Mehrheit, 18 von 39 befragten SchülerInnen, der Meinung, dass sie nur „teils-teils“ Neues dazugelernt hätten. 13 gaben „Ja“ und acht „Nein“ an, während in der Altersgruppe 1 nur 2 SchülerInnen für „Nein“ waren.

Aussage 1d: „Die Führung war spannend.“

Bei den 10 bis 11jährigen empfanden 43% die Führung als spannend („Ja“) und 53% als teilweise spannend („teils-teils“). Nur eine Person beantwortete diese Aussage mit „Nein“.

In der Altersgruppe 2 waren 56% für „teils-teils“ und jeweils 21% für „Ja“ und „Nein“.

Aussage 1e: „Der Führer hat oft Fragen gestellt.“

In beiden Altersgruppen wurde diese Aussage mehrheitlich mit „Ja“ beantwortet. In der Altersgruppe 1 waren 43% für „Ja“ und 35% für „teils-teils“. 22% beantworteten die Aussage mit „Nein“. In der Altersgruppe 2 waren 54% für „Ja“, 36% für „teils-teils“ und 10% für „Nein“.

Aussage 1f: „Die Führung war mir zu lang.“

In der Altersgruppe 1 waren der Großteil der befragten SchülerInnen (18 von 23) der Meinung, dass die Führung nicht zu lang war („Nein“). Nur vier SchülerInnen beantworteten die Aussage mit „teils-teils“ und nur eine Person empfand die Führung als zu lang („Ja“).

Auch in der Altersgruppe 2 war die Mehrheit (28 von 39) für ein „Nein“. Sechs SchülerInnen waren für ein „teils-teils“ und immerhin fünf der befragten SchülerInnen gaben ein „Nein“ als Antwort an.

Aussage 1g: „Der Museumsbesuch hat Spaß gemacht.“

Die Altersgruppe 1 war mehrheitlich davon überzeugt, dass der Besuch Spaß gemacht hat 70% gaben „Ja“ bei der Beantwortung der Aussage an. 30% gaben „teils-teils“ als Antwort an.

In der Altersgruppe 2 hingegen beantworteten 41% die Aussage mit „Ja“ und 38% mit „teils-teils“. 21% hat der Museumsbesuch keinen Spaß gemacht („Nein“).

Frage 2: „Wie groß war dein Interesse für den geplanten Museumsbesuch?“

Bei dieser Frage gab es fünf Antwortkategorien, die von „sehr groß“ absteigend bis „nicht vorhanden“ gegliedert waren.

In der Altersgruppe 1 war das Interesse an dem Besuch mehrheitlich „mittelmäßig“ mit 62% angegeben. Bei der Gruppe der 10 bis 11jährigen gaben 30% sehr großes Interesse („sehr groß“) und jeweils 4% großes („groß“) bzw. geringes („gering“) Interesse an. Die Antwortkategorie „nicht vorhanden“ wurde kein einziges Mal angegeben.

In der Altersgruppe 2 waren alle Antwortkategorien vertreten. 12% beantworteten die Frage mit „sehr groß“, 28% mit „groß“, 43% mit „mittelmäßig“, 8% mit „gering“ und ebenfalls 8% mit „nicht vorhanden“.

Frage 3: „Was hast du dir vom Museumsbesuch erwartet?“

Diese Frage gab sieben Antwortkategorien an, wobei die letzte Kategorie die eigene Meinung war.

In beiden Altersgruppen überwogen eindeutig die Kategorien „Unterhaltung“ und „Dass ich was lerne“.

In der Altersgruppe 1 gaben 32% „Dass ich was lerne“, 27% „Unterhaltung“ und 14% „Computerstationen, die Spiele und Wissensquize zu den Sammlungen anbieten“ als Erwartung an den Museumsbesuch an. Jeweils 8% erwarteten sich „Audio Guides“, „Computerstationen, die virtuelle Rundgänge durch das Museum anbieten“ und „Computerstationen, die alle ausgestellten Bilder und Gegenstände

als digitale Bilder gespeichert haben. Ich kann bestimmte Bilder auswählen, draufklicken und Informationen dazu erhalten.“. Eine Person gab als eigene Meinung „Dass wir sehr viele unterschiedliche Bilder anschauen“ an.

In der Altersgruppe 2 gaben sogar 43% die Kategorie „Dass ich was lerne“ und 37% die Kategorie „Unterhaltung“ an. Jeweils 7% beantworteten die Frage mit den Kategorien „Computerstationen, die virtuelle Rundgänge durch das Museum anbieten“ und „Computerstationen, die Spiele und Wissensquize zu den Sammlungen im Museum anbieten“. 3% erwarteten sich „Audio Guides“ und ebenfalls 3% gaben als eigene Antwort „nichts“ an. Computerstationen, die mit einer digitalen Datenbank ausgestattet sind, erwartete sich niemand.

Frage 4: „Würdest du Computerstationen hier im Museum nützen, um mit Hilfe von Wissensspielen, tollen Grafiken, Videoclips und ausführlichen Begleittexten mehr über bestimmte Ausstellungsstücke (z.B. Bilder) zu erfahren?“

Altersgruppe 1:

Diese Frage wurde in folgende Kategorien eingeteilt:

Kategorie 1: Ja, weil das Benützen von Computern Spaß macht.

Kategorie 2: Ja, weil es spannender ist, als einer Führung zu folgen.

Kategorie 3: Ja, weil ich mir solange ein Ausstellungsstück kann, wie ich will (muss nicht dem Tempo des Führers folgen).

Kategorie 4: Ja, weil ich nicht so viel im Museum herumlaufen muss.

Kategorie 5: Ja und Angabe der eigenen Meinung: „Zusätzlich zur normalen Führung würde es mir gefallen“, Man lernt dabei mit dem Computer umzugehen.“, „Weil ich am Computer etwas über die Bilder alleine herausfinden kann.“

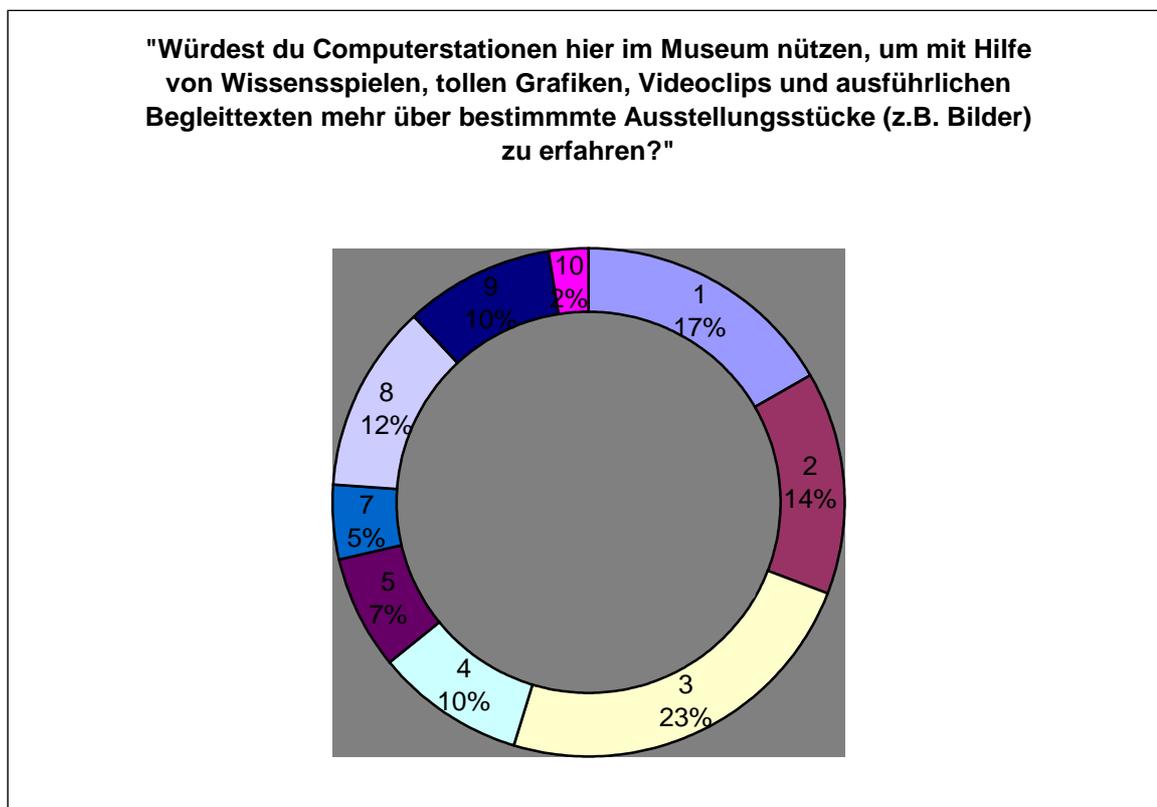
Kategorie 6: Nein, weil ich Computer nicht mag.

Kategorie 7: Nein, weil ich eine persönliche Führung lieber habe, weil man da nicht selber lesen muss.

Kategorie 8: Nein, weil ich eine persönliche Führung lieber habe, weil man da Fragen stellen kann.

Kategorie 9: Nein, weil ich ins Museum gehe, um Gemälde und Stücke in Wirklichkeit zu sehen und nicht am Computer.

Kategorie 10: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Computer sind zwar interessant, aber ich finde eine Führung besser.“



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 2

Altersgruppe 2:

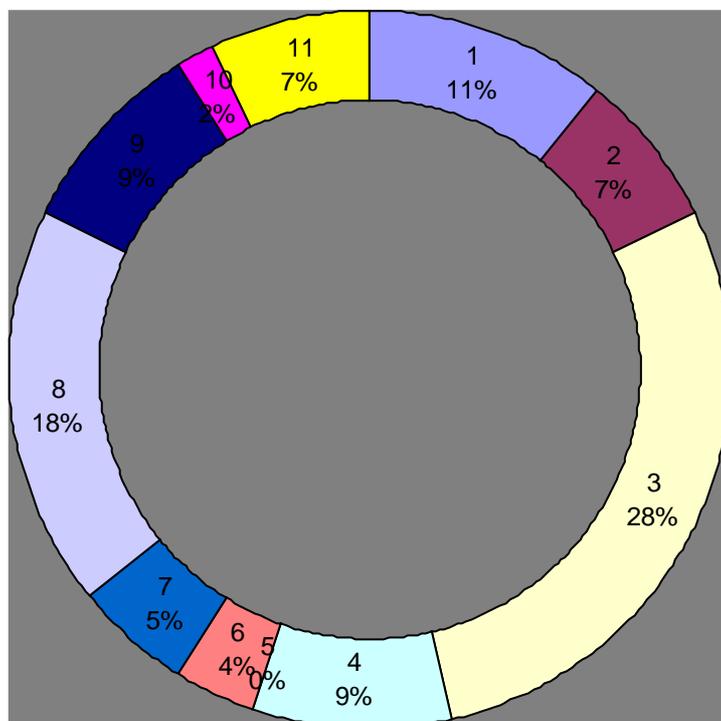
Diese Frage wurde in die gleichen Kategorien wie in Altersgruppe 1 eingeteilt. Unterschiede in der Beantwortung gab es nur bei Kategorie 5, 10 und 11. Diese lauteten:

Kategorie 5: Ja und Angabe der eigenen Meinung: keine Angabe

Kategorie 10: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Weil Bildschirme ein Bild nicht richtig vermitteln können (Struktur, Größe, ...).“

Kategorie 11: Keine Angabe zu Frage 4

"Würdest du Computerstationen hier im Museum nützen, um mit Hilfe von Wissensspielen, tollen Grafiken, Videoclips und ausführlichen Begleittexten mehr über bestimmte Ausstellungsstücke (z.B. Bilder) zu erfahren?"



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 3

Als häufigste Antwortkategorien wurden in der Altersgruppe 1 die Kategorie 3 mit 23% „Ja, weil ich mir solange ein Ausstellungsstück anschauen kann, wie ich will (muss nicht dem Tempo des Führers folgen).“, die Kategorie 1 mit 17% „Ja, weil das Benützen von Computern Spaß macht.“, die Kategorie 2 mit 14% „Ja, weil es spannender ist, als einer Führung zu folgen.“ Und die Kategorie 8 mit 12% „Nein, weil ich eine persönliche Führung lieber habe, weil man da Fragen stellen kann.“ angegeben. In der Altersgruppe 2 dominieren die Kategorie 3 mit 28%, die Kategorie 8 mit 18% und die Kategorie 1 mit 11%.

Frage 5: „Angenommen im Kunsthistorischen Museum gibt es solche Computerstationen. Würdest du ohne deine Schulklasse noch einmal in dieses Museum kommen?“

In der Altersgruppe 1 beantworteten 17 von 23 SchülerInnen diese Frage mit „weiß nicht“ und 6 SchülerInnen mit „Ja“. Mit „Nein“ beantwortete keiner diese Frage.

In der Altersgruppe 2 hingegen waren die Antworten relativ ausgewogen. 13 von 39 SchülerInnen beantworteten die Frage mit „Ja“, 10 beantworteten sie mit „Nein“ und 16 mit „weiß nicht“.

Frage 6: „Würdest du ohne deine Schulklasse noch einmal in dieses Museum kommen, wenn es diese Computerstationen nicht gibt?“

In diesem Fall beantworteten 12 von 23 SchülerInnen der 10 bis 11jährigen die Frage mit „weiß nicht“ und 9 von 23 mit „Ja“. 2 SchülerInnen kreuzten „Nein“ an.

In der Altersgruppe 2 überwog die Antwort „Ja“ mit 15 Stimmen von 39.

13 SchülerInnen beantworteten die Frage mit „weiß nicht“ und 11 mit „Nein“.

Frage 7: „Hättest du lieber eine Führung mit einem Audio Guide anstatt mit einer Führungsperson gemacht?“

Altersgruppe 1:

Diese Frage wurde in folgende Antwortmöglichkeiten unterteilt:

Kategorie 1: Ja, weil ich nicht in der Gruppe bleiben muss und selbst entscheiden kann, was ich anhören will.

Kategorie 2: Ja, weil ein Audio Guide macht mehr Spaß, als eine Führungsperson.

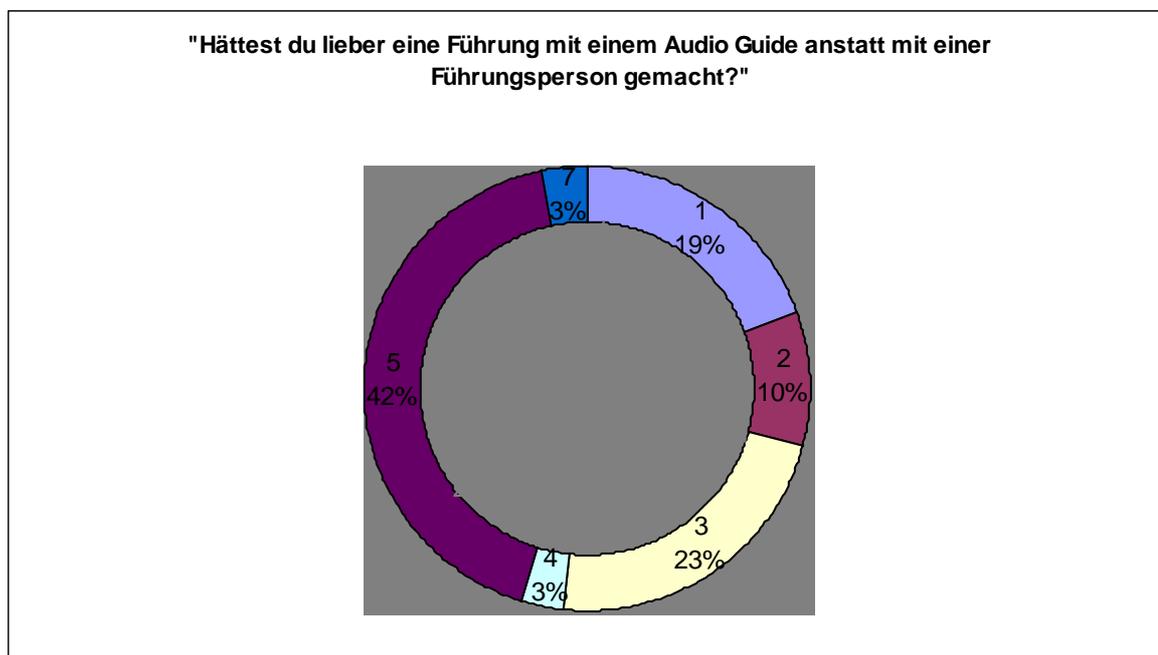
Kategorie 3: Ja, weil ich die Dauer der Führung bestimmen kann.

Kategorie 4: Ja und Angabe der eigenen Meinung: „Mit dem Audio Guide wäre es sicher lustiger.“

Kategorie 5: Nein, weil ein Führungsgespräch ist persönlicher und man kann Fragen stellen.

Kategorie 6: Nein, weil ich nicht alleine, ohne Führungsperson, durch die Ausstellung gehen will.

Kategorie 7: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Weil es etwas anderes ist, wenn eine Führungsperson spricht anstatt ein Computer.“



Quelle: eigene Darstellung

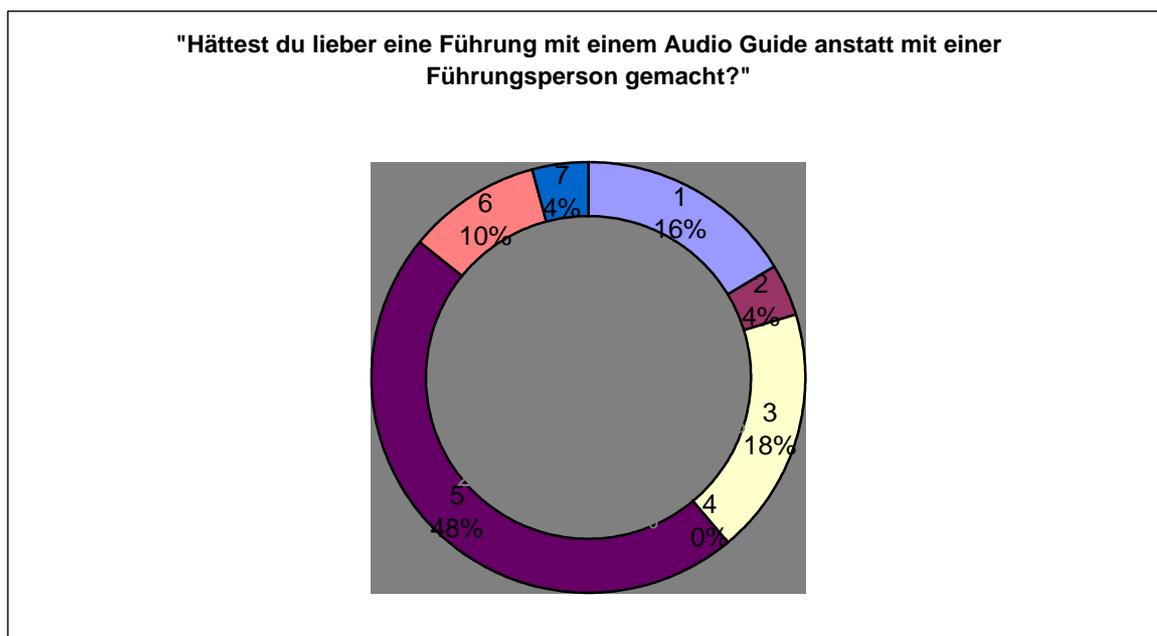
Abbildung 4

Altersgruppe 2:

In dieser Altersgruppe galten wieder die gleichen Antwortkategorien wie in Altersgruppe 1. Die Kategorien unterschieden sich nur in der Angabe der eigenen Meinung:

Kategorie 4: Ja und Angabe der eigenen Meinung: keine Angabe

Kategorie 7: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Audio Guides sind langweilig.“, „Audio Guides sind monoton, unpraktisch.“



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 5

In beiden Altersgruppen beantwortete die Mehrheit der befragten SchülerInnen (42% in der Altersgruppe 1 und 48% in der Altersgruppe 2) diese Frage mit der Antwortkategorie 5 „Nein, weil ein Führungsgespräch ist persönlicher und man kann Fragen stellen.“. Gefolgt wurde diese Antwort mit 23% in der Altersgruppe 1 und 18% in der Altersgruppe 2 mit der Kategorie 3 „Ja, weil ich die Dauer der Führung bestimmen kann.“.

Die Antwortkategorie 1 „Ja, weil ich nicht in der Gruppe bleiben muss und selbst entscheiden kann, was ich hören will.“ wurde mit 19% in der Altersgruppe 1 und mit 16% in der Altersgruppe 2 als Antwort angegeben.

Frage 8: „Seit kurzer Zeit gibt es die Möglichkeit am Audio Guide per Knopfdruck zu vermerken, wenn die ein Bild besonders gefällt. Am Ende deines Besuches kannst du dir die gespeicherten Bilder sowie erklärende Texte dazu ausdrucken lassen. Die Poster kosten je nach Größe 12,00 bis 38,00 Euro; Kataloge mit Bild und Text je nach Anzahl der enthaltenen Objekte 8,50 bis 17,50 Euro. Würdest du das ausprobieren?“

Altersgruppe 1:

Folgend Antwortkategorien standen zur Auswahl:

Kategorie 1: Ja, weil ich ein Poster mit meinem Lieblingsbild mitnehmen kann, dass es sonst nicht zu kaufen gibt.

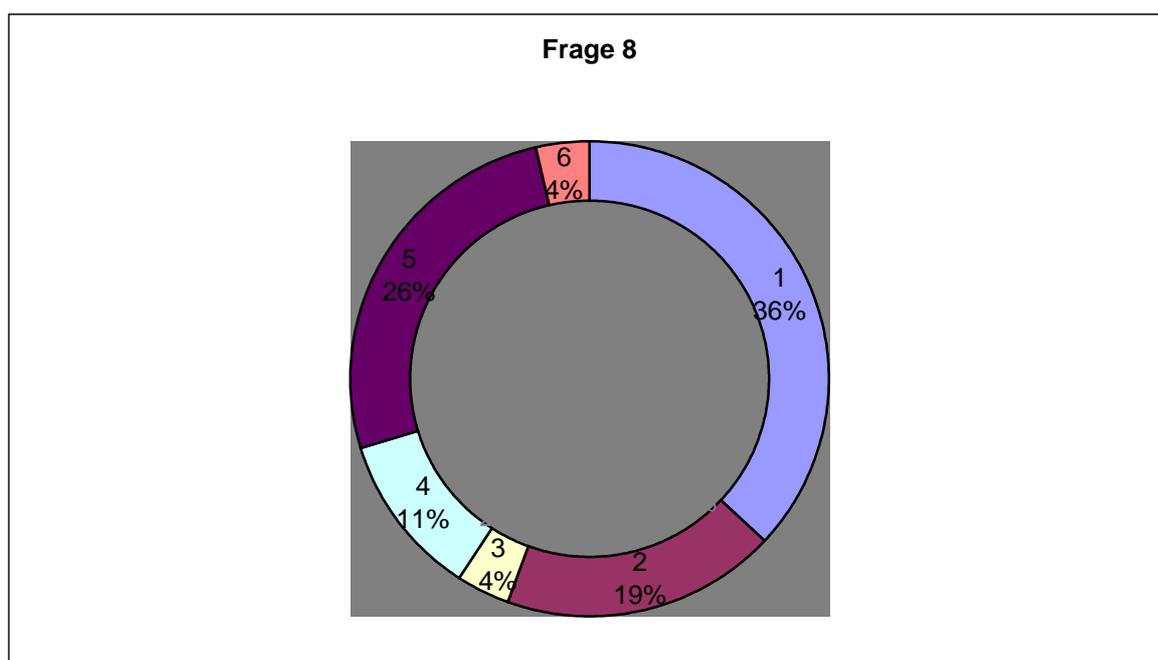
Kategorie 2: Ja, weil ich mir erklärende Texte über ein Bild besorgen kann und diese für den Unterricht (Referat, Hausübung, Prüfung, etc.) verwenden kann.

Kategorie 3: Ja und Angabe der eigenen Meinung: „Wenn es keine Führung gibt, würde ich es nehmen.“

Kategorie 4: Nein, weil mich das nicht interessiert.

Kategorie 5: Nein, weil ich für so was kein Geld ausgeben will.

Kategorie 6: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Sehr teuer für einen Zettel.“



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 6

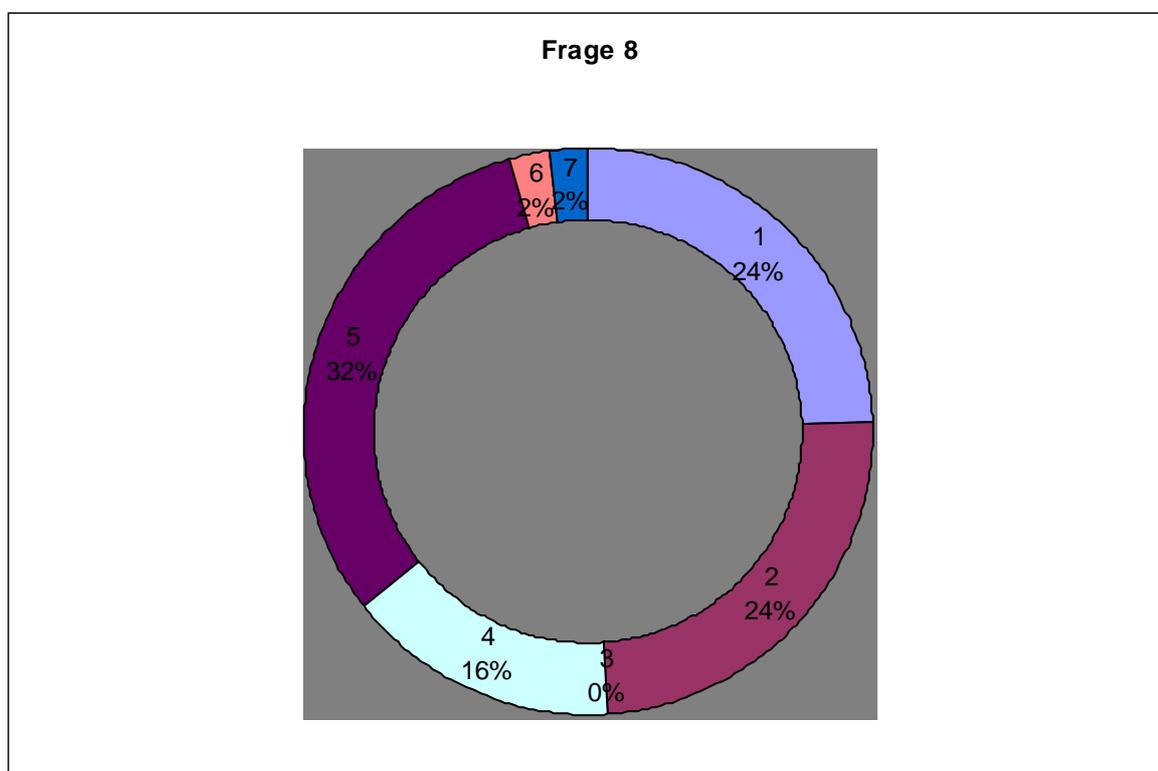
Altersgruppe 2:

Auch hier galten die selben Antwortkategorien wie für Altersgruppe 1. Unterschiede gab es in folgenden Kategorien:

Kategorie 3: Ja und Angabe der eigenen Meinung: keine Angabe

Kategorie 6: Nein und Angabe der eigenen Meinung: „Mir gefällt der Stil der Bilder nicht. Wäre es Pop-art, dann würde ich es ausprobieren.“

Kategorie 7: Keine Angabe zu Frage 8



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 7

In der Altersgruppe 1 wurde mehrheitlich mit 36% die Antwortkategorie 1 „Ja, weil ich ein Poster mit meinem Lieblingsbild mitnehmen kann, das es sonst nicht zu kaufen gibt.“ angegeben. An zweiter Stelle folgte die Kategorie 5 „Nein, weil ich für so was kein Geld ausgeben will.“ mit 26%. Die Antwortkategorie 2 „Ja, weil ich

mir erklärende Texte über ein Bild besorgen kann und diese für den Unterricht (Referat, Hausübung, Prüfung, etc.) verwenden kann.“ wurde mit 19% angegeben. In der Altersgruppe 2 dominierte mehrheitlich die negative Beantwortung der Frage mit 32%, die die Kategorie 5 als Antwort angaben. Die Antwortkategorien 1 und 2 wurden mit jeweils 24% ausgewählt und 16% antworteten mit der Antwortkategorie 4 „Nein, weil mich das nicht interessiert.“.

Frage 9: „Würdest du ohne deine Schulklasse noch einmal in das Kunsthistorische Museum kommen, wenn es die Möglichkeit gibt, Poster und Texte ausdrucken zu lassen?“

Diese Frage wurde in der Altersgruppe 1 zu 44% mit „Ja“ und zu 43% mit „weiß nicht“ beantwortet. 13% waren für „Nein“.

In der Altersgruppe 2 hingegen war die Mehrheit mit 41% für „Nein“, 31% für „weiß nicht“ und 28% für „Ja“.

Frage 10: „Welche Ausstellung(en) hast du heute mit deiner Klasse besucht?“

In beiden Altersgruppen wurde zu 100% die Gemäldegalerie besucht.

Frage 11: „Im Rahmen welchen Unterrichtsfaches bist du heute hier?“

In der Altersgruppe 1 waren alle befragten SchülerInnen im Rahmen vom Unterrichtsfache „Bildnerische Erziehung“ im KHM.

In der Altersgruppe 2 waren 5% im Rahmen des Unterrichtsfaches „Bildnerische Erziehung“, 32% im Rahmen des Lateinunterrichts und 63% im Rahmen der Wien-Woche im KHM zu Besuch.

Frage 12: „Warum habt ihr das Kunsthistorische Museum besucht?“

Altersgruppe 1:

Auch bei dieser Frage gab es folgende Antwortkategorien:

Kategorie 1: Um ein Unterrichtsthema zu vertiefen.

Kategorie 2: Um das Museum kennen zu lernen.

Kategorie 3: Weil die Klasse so gerne dorthin wollte (wir haben den Lehrer dazu überredet):

Kategorie 4: Eigene Meinung: „Weil es so gut passt.“

Quelle: eigene Darstellung

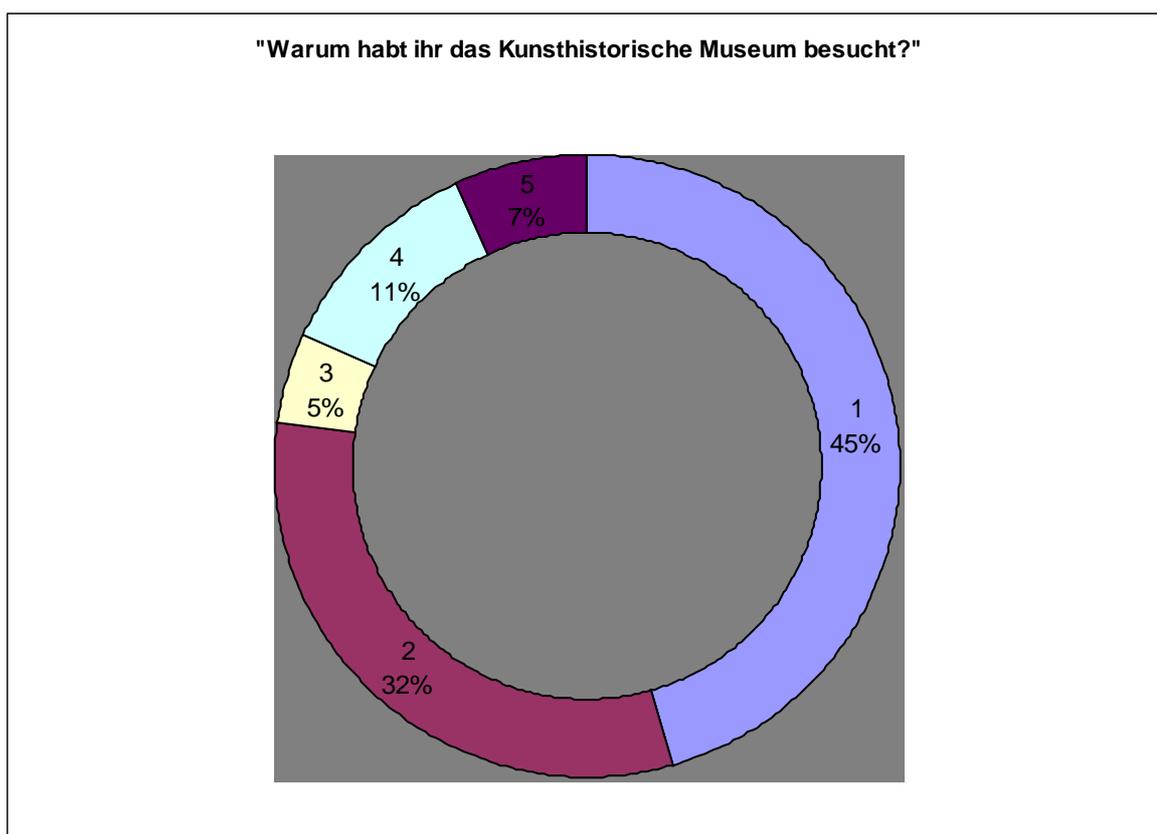
Abbildung 8

In der Altersgruppe 1 waren 44% der befragten SchülerInnen der Ansicht, dass sie das Museum besucht haben, um ein Unterrichtsthema zu vertiefen. 26% gaben „weiß nicht“ an. Die Antwortkategorie 3 „Weil die Klasse so gerne dorthin wollte (wir haben den Lehrer dazu überredet).“ wurde mit 15% angegeben und die Kategorie 2 „Um das Museum kennen zu lernen.“ mit 11%.

Altersgruppe 2:

In der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen unterschied sich die Antwortkategorie 5 zu jener der Altersklasse 1 folgendermaßen:

Kategorie 5: Eigene Meinung: „Weil wir zu viel Zeit hatten.“, „Weil wir mussten.“, „Fixpunkt.“



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 9

Auch in der Altersgruppe 2 wurde mehrheitlich mit der Antwortkategorie 1 zu 45% geantwortet, gefolgt von der Kategorie 2 mit 32%. 11% gaben „weiß nicht“ an und nur 5% beantworteten die Frage mit der Kategorie 3.

Frage 13: „Aus welchem Bundesland kommst du mit deiner Klasse?“

Die befragten SchülerInnen der Altersgruppe 1 kamen zu 100% aus Wien. In der Altersgruppe 2 kamen 33% der befragten SchülerInnen aus Niederösterreich (Lateinunterricht) und 67% im Rahmen der Wien-Woche aus der Steiermark und Kärnten.

Frage 14: „Welchen Schultyp besuchst du?“

In beiden Altersklassen besuchten alle befragten SchülerInnen die AHS.

Frage 15: „Alter“

In der Altersgruppe 1 waren 9 der befragten 23 SchülerInnen 10 Jahre alt und 14 der befragten SchülerInnen 11 Jahre alt.

In der Altersgruppe 2 waren 27 der befragten 39 SchülerInnen 16 Jahre alt, 6 SchülerInnen 17 Jahre alt, 5 SchülerInnen 15 Jahre alt und eine Person gab das Alter nicht an.

Frage 16: „Geschlecht“

In der Altersgruppe 1 waren 14 der befragten 23 SchülerInnen weiblich und 9 Schüler männlich.

In der Altersgruppe 2 waren insgesamt 25 Schülerinnen und 14 Schüler vertreten.

1.2.2. Interpretation der Daten aus der SchülerInnenbefragung

Die Meinungen der gesamten befragten SchülerInnen zur eben erlebten Führung waren zum Größtteil positiv. Beide Altersgruppen hatten kaum Probleme mit dem Verständnis der Führung und bewerteten diese mehrheitlich als interessant bzw. teilweise interessant.

Bei der Aussage „Ich habe viel Neues gelernt“ dominierte in beiden Altersgruppen die Antwort „teils-teils“. Da die Meisten im Rahmen eines bestimmten Unterrichtsfaches und Themas gekommen waren, lässt sich dies höchstwahrscheinlich auf das bereits im Unterricht gehörte zurückführen.

Obwohl in beiden Altersgruppe die Führung mehrheitlich nur teilweise als spannend empfunden wurde, so war in der Altersgruppe 1 doch mehr als ein Drittel der Ansicht, dass die Führung durchwegs spannend war. In der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen hingegen wurde mit jeweils rund 20% die Antwort „Ja“ und „Nein“ gegeben. Auch bei der Frage, ob die Führung als zu lang empfunden wurde, gab zwar die Mehrheit aller befragten SchülerInnen „Nein“ an, dennoch wurde deutlich, dass in der Altersgruppe 2 doch 13% mit „Ja“ antworteten im Vergleich zur Gruppe der 10 bis 11jährigen in der nur 4% die Führung als zu lang werteten.

In der Altersgruppe 1 gab es keinen Einzigen, dem der Museumsbesuch keinen Spaß gemacht hat. Überwiegend wurde auf die Aussage „Der Museumsbesuch hat Spaß gemacht.“ Mit „Ja“ geantwortet. Auch bei den 15 bis 17jährigen hat der Museumsbesuch mehrheitlich Spaß gemacht, dennoch gaben 21% ein „Nein“ an. Die Verfasserin schließt die bestimmte Anzahl der negativen Antworten in der Altersgruppe 2 in den Fragen nach der Länge der Führung, der Spannung und des Spaßes darauf zurück, dass ein Teil dieser befragten SchülerInnen im Rahmen der Wien-Woche im Museum waren und von vorhinein keinerlei Interesse am Museumsbesuch hatten.⁷¹

Dies zeigt auch die Frage nach dem Interesse an dem geplanten Museumsbesuch. In beiden Altersgruppen wurde zwar eindeutig mehrheitlich mittelmäßiges Interesse am Museumsbesuch angegeben, dennoch gaben in der Altersgruppe 2 immerhin 8% geringes sowie nicht vorhandenes Interesse an, während in der Altersgruppe 1 die Kategorie „nicht vorhanden“ kein einziges Mal angekreuzt und geringes Interesse nur von 4% angegeben wurde.

Mit der Frage nach den Erwartungen an den Museumsbesuch sollte herausgefunden werden, inwieweit sich Jugendliche bereits interaktive Medien, wie Computerterminals, in einem Museum erwarten.

Es wurde daher neben den Antwortkategorien „Unterhaltung“, „Dass ich was lerne“ sowie „Audio Guides“ auch Kategorien angeboten, die jeweils spezielle Eigenschaften von Computerterminals herausstellten. Diese waren virtuelle Rundgänge durch das Museum, Spiele und Wissensquize zu den Sammlungen und Computerstationen, die umfangreiche digitale Datenbestände aufweisen und Informationen zu jedem Ausstellungsstück bereithalten.

Interessanterweise erwarteten sich alle befragten SchülerInnen in erster Linie, dass sie etwas lernen. Dicht gefolgt wurde diese Antwort von der Erwartung nach Unterhaltung. Dieser Wunsch nach Unterhaltung scheint auch die Erwartungen nach Computerterminals, die virtuelle Rundgänge, Spiele und Wissensquize

⁷¹ Die Verfasserin konnte im Rahmen der Durchführung der Befragung selbst erleben, dass einige der Schüler zugaben, nicht am Museum interessiert zu sein und im Rahmen der Wien-Woche andere Prioritäten setzen und kulturorientierte Besuche nicht dazu gehören.

anbieten zu erklären, die ebenfalls häufig genannt wurden. Computerterminals, die mit einer digitalen Datenbank ausgestattet sind erwartete sich niemand.

Danach wurde gefragt, ob sie solche Computerterminals, die Quize, tolle Grafiken und ausführliche Begleittexte zu den Ausstellungsstücken enthalten, nutzen würden, um mehr über bestimmte Objekte zu erfahren. Es waren positive („Ja, weil...“) und negative („Nein, weil...“) Antwortkategorien vorgegeben sowie Platz für eine eigene Begründung. Die positiven Kategorien beinhalteten: „Ja, weil das Benützen von Computern Spaß macht.“, „Ja, weil es spannender ist als einer Führung zu folgen.“, „Ja, weil ich mir solange ein Ausstellungsstück anschauen kann, wie ich will (muss nicht dem Tempo des Führers folgen).“ und „Ja, weil ich nicht soviel im Museum herumlaufen muss.“

Die negativen Antwortkategorien sagten aus: „Nein, weil ich Computer nicht mag.“, „Nein, weil ich eine persönliche Führung lieber habe, weil man da nicht selber lesen muss.“, „Nein, weil ich eine persönliche Führung lieber habe, weil man da Fragen stellen kann.“ und „Nein, weil ich ins Museum gehe, um Gemälde und Stücke in Wirklichkeit zu sehen und nicht am Computer.“

In der Altersgruppe der 10 bis 11jährigen wurde mehrheitlich positiv geantwortet. Die am häufigsten gegebenen Antworten waren: „Ja, weil ich mit solange ein Ausstellungsstück anschauen kann wie ich will.“, „Ja, weil das Benützen von Computern Spaß macht.“ und „Ja, weil es spannender ist, als einer Führung zu folgen.“ Hauptsächlich wurde als nachteilig festgehalten, dass man keine Fragen stellen kann.

Nur ein einziger Schüler aus dieser Altersgruppe gab an: „Ja, weil ich am Computer etwas über die Bilder alleine herausfinden kann.“

Auch in der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen war man zum Größtteil der gleichen Meinung.

Später wurde gefragt, ob sie noch einmal ohne ihre Schulklasse ins Kunsthistorisches Museum kommen würden, wenn es solche Computerterminals gäbe bzw. nicht gäbe.

In beiden Fällen antwortete die Altersgruppe 1 überwiegend mit „weiß nicht“, dicht gefolgt von „Ja“. Die Altersgruppe 2 antwortete im ersten Fall (die

Computerterminals gibt es) ebenfalls überwiegend mit „weiß nicht“ gefolgt von „Ja“, gab aber im zweiten Fall (die Computerterminals gibt es nicht) jedoch mehrheitlich „Ja“ als Antwort an. Die Antwort „Nein“ wurde bei beiden Fragen vermehrt von der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen gegeben. Die Anzahl der negativen Antworten stieg geringfügig an, als gefragt wurde, ob sie noch einmal ohne ihre Schulklasse ins Museum kommen würden, wenn es diese Computerstationen nicht gibt.

Diese Beantwortung lässt sich am ehesten so interpretieren, dass die SchülerInnen Schwierigkeiten hatten sich unter den genannten Computerterminals etwas vorzustellen. Daher wurde in Bezug auf einen wiederholten Besuch, wenn es diese Computerstationen gibt, überwiegend mit „weiß nicht“ geantwortet. Leichter nachzuvollziehen war ein nochmaliger Besuch im gewohnten Ambiente. Dennoch dürfte ein Aufstellen von Computerterminals im KHM für einige der befragten SchülerInnen ein eindeutiger Besuchsgrund sein, da im Falle einer Nichtaufstellung von Computerterminals in der Altersgruppe 1 zum ersten Mal und in der Altersgruppe 2 verstärkt mit „Nein“ geantwortet wurde.

Die darauffolgende Frage lautete: „Hättest du lieber eine Führung mit einem Audio Guide anstatt einer Führungsperson gemacht?“

Auch hier war das Ziel der Frage herauszufinden, ob Interaktivität einer persönlichen Führung gegenüber bevorzugt wird.

Als positive Antwortkategorien standen zur Verfügung: „Ja, weil ich nicht in der Gruppe bleiben muss und selbst entscheiden kann, was ich anhören will.“, „Ja, weil ein Audio Guide macht mehr Spaß, als eine Führungsperson.“, „Ja, weil ich die Dauer der Führung bestimmen kann.“ und „Ja und eigene Meinung“. Als eigene Meinung wurde angegeben: „Ja, weil mit einem Audio Guide wäre es sicher lustiger.“

Die negativen Antwortkategorien lauteten: „Nein, weil ein Führungsgespräch ist persönlicher und man kann Fragen stellen.“, „Nein, weil ich nicht alleine, ohne Führungsperson, durch die Ausstellung gehen will.“ und „Nein und eigene Meinung“.

Hier wurden angegeben: „Nein, weil es etwas anderes ist, wenn eine Führungsperson spricht anstatt ein Computer.“, „Nein, weil Audio Guides sind langweilig.“ und „Nein, weil Audio Guides sind monoton, unpraktisch.“

Bei der Auswertung wurde deutlich, dass in beiden Altersgruppen, wie bei der Benutzung von Computerterminals, der Nachteil, dass man keine Fragen stellen kann, die positiven Meinungen überwog. Als Vorteile wurden genannt, dass man die Dauer der Führung selbst bestimmen kann und dass man nicht in der Gruppe bleiben muss und selbst entscheiden kann, was man sich anhört. In der Gruppe der 10 bis 11jährigen wurde der „Spaßfaktor“ als Grund für die Anwendung von Audio Guides oft angeführt, in der Gruppe der 15 bis 17jährigen hingegen war man verstärkt der Meinung, dass Audio Guides langweilig und unpraktisch sind, und man ausserdem nicht ohne Führungsperson durch die Ausstellung gehen will.

Die nächst Frage hatte die neue Anwendung „My collection“ im KHM zum Thema. „My collection“ ermöglicht mit Hilfe des Audio Guides, dass man während der Tour durch das Museum am Gerät vermerken kann, wenn einem ein Bild besonders gut gefällt. Am Ende des Besuches kann der Benutzer die gespeicherten Bilder entweder als Poster oder in Form eines Kataloges mit erklärenden Texten dazu ausdrucken lassen. Die Poster kosten je nach Größe 12,00 bis 38,00 Euro und die Kataloge je nach Anzahl der enthaltenen Objekte 8,50 bis 17,50 Euro.

Gefragt wurde nun, ob die SchülerInnen diese Anwendung ausprobieren würden.

Auch hier waren wieder Antwortkategorien vorgegeben:

„Ja, weil ich ein Poster mit meinem Lieblingsbild mitnehmen kann, das es sonst nicht zu kaufen gibt.“, „Ja, weil ich mir erklärende Texte über ein Bild besorgen kann und diese für den Unterricht (Referat, Hausübung, Prüfung, etc.) verwenden kann.“, „Ja und eigene Meinung („Wenn es keine Führung gibt, würde ich es nehmen.“)“ und „Nein, weil mich das nicht interessiert.“, „Nein, weil ich für so was kein Geld ausgeben will.“ sowie „Nein und eigene Meinung („Sehr teuer für einen Zettel.“)“.

In der Altersgruppe 1 wurde mehrheitlich positiv geantwortet, bezogen auf die Möglichkeit ein Poster mit dem Lieblingsbild aus der Sammlung erstehen zu können. Erst danach wurde genannt: „Nein, weil ich für so was kein Geld ausgeben will.“

An dritter Stelle folgte die Antwort: „Ja, weil ich mir erklärende Texte über ein Bild besorgen kann und diese für den Unterricht (Referat, Hausübung, Prüfung, etc.) verwenden kann.“

In der Altersgruppe 2 überwog die Antwort, dass sie für so etwas kein Geld ausgeben wollen und wurde dann gefolgt von der Möglichkeit des Posterdruckes und Verwendung der Texte für den Unterricht.

Die Verfasserin führt diese Verschiebung der Prioritäten in den Antworten zwischen den beiden Altersgruppen darauf zurück, dass die 10 bis 11jährigen sich eher darauf verlassen können, noch mehr von den Eltern bezahlt zu bekommen und nicht, wie es meist bei älteren Jugendlichen der Fall ist, ihr Taschengeld dafür verwenden müssen.

Auch bei der darauffolgenden Frage, ob für sie diese Anwendung ausschlaggebend wäre, um das KHM noch mal ohne Schulklasse zu besuchen, stimmte die Mehrheit der 15 bis 17jährigen mit „Nein“, während die 10 bis 11jährigen mehrheitlich „Ja“ angaben, sehr dicht gefolgt von „weiß nicht.“ Ein „Nein“ wurde nur von wenigen gegeben.

Obwohl alle befragten SchülerInnen ausschließlich die Gemäldegalerie des KHM besuchten, so war nur die Altersgruppe der 10 bis 11jährigen im Rahmen von bildnerischer Erziehung im Museum. In der Altersgruppe 2 war der Größtteil der SchülerInnen im Rahmen der Wien-Woche, aus der Steiermark und Kärnten kommend, im KHM. Unter Berücksichtigung der weiten Anreise nach Wien, muss in Betracht gezogen werden, dass dies auch ein Grund dafür gewesen sein kann, dass bei den Fragen nach einem Wiederkommen ohne die Schulklasse, im Vergleich zur Altersgruppe 1, öfters „Nein“ bzw. „weiß nicht“ angegeben wurde.

Alle befragten SchülerInnen waren AHS-SchülerInnen und besuchten das Museum hauptsächlich, um ein Unterrichtsthema zu vertiefen, aber auch um es kennen zu lernen.

Fazit:

Die Idee von interaktiven Anwendungen im Kunsthistorischen Museum, speziell von Computerterminals, stieß bei den SchülerInnen auf Interesse. Als besondere Vorteile wurde die Möglichkeit, dass man die Dauer der Führung selbst bestimmen kann bzw. so lange vor einem Ausstellungsstück verweilen kann, wie man will, angesehen. Auch wurden die Computerterminals mit den Eigenschaften „Spaß“ und „Spannung“ besetzt. Auch bei der Anwendung von Audio Guides stand das Bestimmen der Führungsdauer als großer Vorteil fest. Dennoch wurde bei beiden Anwendungen das Problem betont, dass man keine Fragen an eine Fachkraft stellen kann.

Auch die Möglichkeit, dass man Material für unterrichtsdienliche Zwecke erwerben kann, stieß auf positive Resonanz. Allerdings muss das Preis-Leistungs-Verhältnis überdacht werden, um für die SchülerInnen auch leistbar zu sein.

Im Rahmen der Fragen, ob die SchülerInnen ohne ihre Schulklasse noch einmal in das KHM kommen würde, die unter der Beeinflussung unterschiedlicher Voraussetzungen („Das KHM verfügt über Computerterminals“; „Das KHM hat keine Computerterminals“) gestellt wurden, so wurde letztendlich deutlich, dass die Mehrheit der SchülerInnen dazu tendiert, dass KHM nochmals im privaten Rahmen zu besuchen. Als Gründe für ein vermehrtes Antworten mit „weiß nicht“ oder „Nein“ (speziell in der Altersgruppe der 15 bis 17jährigen) bei der Frage, ob sie noch mal ohne Schulklasse ins KHM kommen würden, wenn es Computerterminals gibt, sind einerseits zu berücksichtigen, dass es sicherlich gewisse Schwierigkeiten gab, sich diese beschriebenen Computerterminals vorzustellen (siehe Erläuterung auf S. 86 oben) und andererseits der weite Anreiseweg der SchülerInnen, die im Rahmen der Wien-Woche im KHM waren.

1.2.3. Überprüfung der Hypothese

Der Gestaltung des SchülerInnenfragebogens lag neben der Forschungsfrage folgende Hypothese zu Grunde:

„Zwischen dem Einsatz interaktiver Medien im Kunsthistorischen Museum und dem Interesse von Jugendlichen an einem Museumsbesuch besteht ein positiver Zusammenhang.“

Unter Betrachtung der ausgewerteten und interpretierten Fragen, sowie dem Fazit, lässt sich die Hypothese als bestätigt bezeichnen.

1.2.4. Interpretation der Meinungen der befragten Lehrpersonen

Wie bereits weiter zuvor erwähnt, werden die LehrerInnenbefragungen aufgrund der geringen Teilnahme (6 Personen) nur als Meinung gewertet und nicht als statistische Umfrage. Daher wird auf eine genaue Auswertung⁷² der Fragen verzichtet und sofort eine Interpretation der Meinungen der befragten LehrerInnen vorgenommen.

Ziel der Befragung der LehrerInnen war es, herauszufinden, ob sie eher mit ihren SchülerInnen ins KHM gehen, wenn dieses neben den traditionellen Schülerführungen, unterschiedliche didaktisch orientierte Medien einsetzt.

Als wichtiges Kriterium wurde von der Verfasserin die Frage an die Lehrpersonen nach den Erwartungen an eine Führung für ihre SchülerInnen angesehen. Es wurde deutlich, dass eine aktive Auseinandersetzung mit dem Gesehenen auf Grund problemorientierter Dialoge zwischen Führungsperson und Schüler sowie eine Vertiefung bereits besprochener Themen aus dem Unterricht für die Lehrpersonen wichtig sind. Auch Faktenwissen für die SchülerInnen zu einem bestimmten Thema wurde erwartet. Dass traditionelle Führungen diese

⁷² Für den interessierten Leser stehen die Fragen des LehrerInnenfragebogens sowie die Verteilung der Antworten der befragten Lehrpersonen auf der beiliegenden CD-ROM als Word-Dokument zur Verfügung.

Erwartungen offensichtlich abdecken, wurde dadurch ausgedrückt, dass alle befragten LehrerInnen die erlebte Führung als „sehr gut“ bezeichneten und auch nichts an der Führung selbst geändert hätten.

Im Mittelpunkt der Befragung standen die zentralen Fragen nach der Akzeptanz von unterschiedlichen Vermittlungsinstrumenten, die auf mediendidaktischen Überlegungen beruhen. Hierbei wurde nach der Anwendung von Audio Guides (inkludierend die Funktion „My collection“) und Computerterminals durch die SchülerInnen sowie alternative Methoden, wie Quize und Filmvorführungen anstelle der traditionellen Führung gefragt.

Dass SchülerInnen Audio Guides benutzen wurde von allen befragten Lehrpersonen ausgeschlossen. Hauptgrund dafür war, dass die SchülerInnen keine Fragen stellen und nur eine einseitige Kommunikation herrscht. Ebenso wurde die Befürchtung geäußert, dass die SchülerInnen dazu neigen, durch die Ausstellung zu „rasen“ und sich nicht alle Audioinformationen zu Ende anhören. Auch dass es kein gemeinsames Führungserlebnis gibt, wurde als Nachteil angesehen.

Die Benutzung von Computerterminals anstelle einer persönlichen Führung wurde fast einheitlich abgelehnt. Zwar wurde angegeben, dass den Schülern das aktive „hands on“ mehr Spaß macht als eine Führung, aber mehrheitlich wurde ausgesagt, dass man sich nicht vorstellen kann, dass die SchülerInnen durch selbständiges Arbeiten am Computer mehr Informationen aufnehmen, als wenn sie an einer Führung teilnehmen. Ein Quiz, welches zu Beginn einer Führung ausgeteilt wird und Aufgabenstellungen zur Ausstellung aufgibt, die durch problemorientiertes Herangehen an die ausgestellten Objekte gelöst werden können, wurde von den Lehrpersonen als gute zusätzliche Vermittlungsmethode angesehen. Ebenfalls auf positive Resonanz stieß die Möglichkeit des personalisierten on-demand Katalogs („My collection“), der aber wiederum die Benützung eines Audio Guides voraussetzt.

Im Endeffekt stellte sich heraus, dass keiner der befragten LehrerInnen rein interaktive Führungen für ihre SchülerInnen einer klassischen Schülerführung vorziehen würden. Die Frage, ob das Anbieten von interaktiven Medien, speziell Computerterminals die LehrerInnen bei Ihrer Entscheidung, dass KHM zu besuchen, beeinflussen würde, so wurden gleichermaßen stark beide Aussagen,

die zur Auswahl standen mit „Ja“ angegeben. Diese waren: „Ein Besuch des KHM ist ohnehin ein Fixpunkt des Unterrichts.“ und „Ein solches Zusatzangebot bietet neue Lehrmethoden zur klassischen Führung. Das ist einen Besuch wert.“

Es lässt sich also schlussfolgern, dass interaktive Medien als Vermittlungsinstrument für SchülerInnen von den Lehrpersonen akzeptiert werden, wenn diese die traditionelle Schülerführung nicht ersetzen und nur als Zusatzangebot wahrgenommen werden.

Ein weiterer Schwerpunkt der Befragung waren die Fragen nach zusätzlichem Material zur Vor- bzw. Nachbearbeitung der Führung im Unterricht. Niemand der befragten LehrerInnen hatte vom Museum Material zur Verfügung gestellt bekommen, um die SchülerInnen auf den Besuch vorbereiten zu können. Gefragt nach den Wünsche, wie unterstützendes Material aussehen sollte, wenn es das KHM anböte, gaben die Lehrpersonen als unterstützende Materialvorstellungen für Sonderausstellung folgende Antwortkategorien an:

„Pressemappe mit allgemeinen Informationen über die Ausstellung genügt.“, „Infomappe mit weiterführenden Literaturhinweisen zur Sonderausstellung und Thematik.“ sowie „Infomappe mit zusätzlichen didaktischen Überlegungen für den Unterricht sowie Themenvorschläge für Schülerführungen aller Schulstufen zu dieser Sonderausstellung wäre wünschenswert.“

Gefragt nach den Materialwünschen bei Dauerausstellungen beantworteten sie diese mehrheitlich mit den Antwortkategorien: „CD-ROM zum Kaufen im Museumsshop.“ und „Umfangreiches Infomaterial zum kostenlosen Download aus dem Internet.“

Auch die Kategorie „Arbeitshefte für Schüler sowie Lehrerhefte zum Kaufen im Museumsshop.“ wurde vereinzelt angegeben.

Für eine CD-ROM mit umfangreichen Datenmaterial zum Museum bzw. zu den Ausstellungen wären alle bereit zwischen 10,00 und 15,00 Euro auszugeben.

Auf die Frage: „Würden Sie öfter mit Schulklassen ins KHM gehen, wenn es Ihnen Material zur Vor- bzw. Nachbearbeitung des Besuches zur Verfügung stellen würde?“, fiel die Antwort allerdings exakt gespalten als „Ja“ und „Nein“ aus.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die befragten Lehrpersonen generell an interaktiven Medien interessiert sind, diese jedoch nur als Zusatzangebot zur

klassischen Schülerführung in Betracht ziehen. Wichtig ist ihnen, dass Inhalte vermittelt werden und die SchülerInnen Fragen stellen können. Auch eine gewisse Leitung durch die Thematik des Museumsbesuches ist notwendig, um die Aufmerksamkeit zu halten.

Zusätzliches Material zur Vor- bzw. Nachbearbeitung des Museumsbesuches ist ebenfalls erwünscht, scheint aber keine entscheidenden Auswirkungen darauf zu haben, ob das KHM auf Grund dessen öfter besucht wird.

Ein Internetforum für Lehrer auf der Homepage des KHM, um sich mit anderen Kollegen über die Ausstellungen und Sammlungen des KHM unterhalten bzw. Tipps für den Unterricht, die auf einen Museumsbesuch bezogen sind, austauschen zu können, fanden die Meisten für wenig sinnvoll bzw. gaben an, keine Zeit dafür zu haben.

1.2.5. Überprüfung der Hypothese:

Folgende Hypothese lag dem Lehrerfragebogen zu Grunde:

„Wenn das Kunsthistorische Museum unterschiedliche Medien, die auf mediendidaktischen Überlegungen beruhen, als Vermittlungsinstrumente anbietet, dann entscheiden sich LehrerInnen eher dafür mit ihren SchülerInnen ins Kunsthistorische Museum zu gehen, als wenn nur traditionelle Schülerführungen angeboten werden.“

Auf Grund der wenigen erzielten Meinungen ist diese Hypothese nicht eindeutig überprüfbar. Die Tendenz der Befragung geht dahin, dass die Hypothese nicht bestätigt wird.

2. Das medienpädagogische Konzept für das KHM

Das Kunsthistorische Museum Wien zählt zu den bedeutendsten Kunstmuseen der Welt. Eröffnet im Jahre 1891 beherbergt es die meisten kaiserlichen Sammlungsbestände des Hauses Habsburg. Versucht man das KHM nach Schulzes Typologie einzuordnen⁷³, so entspricht es von der Grundhaltung dem Typus des „althergebrachten Museums für den humanistisch gebildeten Experten und Laien“⁷⁴ „Die Gestaltung ist bei diesem Museumstypus unwichtig, allein die Objekte zählen. Die Objekte werden nur mit Minimalbeschriftung präsentiert.“⁷⁵ Obwohl das KHM sehr stark von Kulturtouristen aus aller Welt besucht wird und mit aufwendigen Sonderausstellungen hohe Besucherzahlen erreicht, will das Marketing des KHM verstärkt die Zielgruppe des jugendlichen, einheimischen Besuchers ansprechen, der nicht nur einmal in Rahmen eines Schulbesuches, sondern auch privat öfters wiederkommt.

Auf Grund der vorangegangenen empirischen Untersuchungen soll nun ein Konzept entworfen werden, welches dazu beiträgt neue Ideen für die Präsentation und Vermittlung von Ausstellungen zu entwickeln. Die Realisation dieser Ideen soll die Jugendlichen motivieren ins KHM zu kommen bzw. wiederzukommen.

Das Konzept möchte sich den Trend zu interaktiven Anwendungen in Museen zu Nutze machen, aber gleichzeitig den altmodischen Charakter und das spezielle Ambiente des KHM berücksichtigen.

⁷³ Vgl. Schulze, Typologie der Museen, S. 8f. zit. bei Kremser, Aktuelle Trends in der Museumspädagogik von 1990 bis 2000, 2004, S. 122

⁷⁴ Vgl. Schulze, Typologie der Museen, S. 8f. zit. bei Kremser, Aktuelle Trends in der Museumspädagogik von 1990 bis 2000, 2004, S. 122

⁷⁵ Vgl. Schulze, Typologie der Museen, S. 8f. zit. bei Kremser, Aktuelle Trends in der Museumspädagogik von 1990 bis 2000, 2004, S. 122

2.1. Schwerpunkte des Konzeptes

Unter Betrachtung der vorangegangenen Arbeit lassen sich drei Schwerpunkte ausmachen, die für ein erfolgreiches Konzept wichtig sind. Dabei handelt es sich um:

1. Interaktive Medien
2. Angebote im Museumsshop
3. Kooperationen

Diese drei Schwerpunkte werden im Folgenden jeweils einzeln behandelt um schließlich zu einem Konzept zusammengefügt zu werden.

Interaktive Medien

Der Einsatz interaktiver Medien in Museen wurde bereits ausführlich in vorangegangenen Kapiteln erläutert. Unter interaktiven Medien werden in dieser Arbeit Audio Guides, Computerterminals und Internetangebote verstanden.

Die Vorteile des Audio Guides liegen darin, dass der Nutzer durch die Ausstellung „browsen“ kann und seinen eigenen Vorgaben und eigenem Tempo folgen kann.

Als neue Zusatzfunktion des Audio Guides im KHM wird der on-demand Katalog („My collection“) angeboten. Diese zusätzlich Anwendung erlaubt dem Besucher sich einen personalisierten Katalog mit seinen Lieblingsbildern zusammenstellen zu lassen oder Poster der Bilder zu erwerben.

Computerterminals bieten noch mehr Möglichkeiten zum Audio Guide. Auf Grund hoher Speicherkapazitäten sind sie in der Lage umfassende Datenbanken über die Sammlungen zu enthalten. Virtuelle Rundgänge durch das Museum sowie gezielte Abfragen nach Epochen, Malern und Gemälden sind möglich. Das digitalisierte Aufbewahren von Ausstellungsstücken auf den Datenbanken der Terminals erlaubt Querverbindungen zu Objekten herzustellen und Objekte auch anzuzeigen, die wegen konservatorischer Gründe oder mangelnder Ausstellungsfläche nicht ausgestellt werden können. Ebenso lässt die hohe Interaktivität von Computerterminals Nutzer in untereinander verknüpfte

Informationsebenen vordringen. Exploratives Verhalten wird gefördert – Wissensspiele und Quize dienen als Auflockerung, festigen aber zu gleich das soeben Gesehenen bzw. regen an, sich verstärkt mit den Objekten auseinander zu setzen.

Um die vollen Vorteile eines Computerterminals auch ausnutzen zu können, muss jedoch von vornherein der Wille da sein, sich mit dem Gerät auseinanderzusetzen zu wollen.

Die Möglichkeit, das Internet als Informationstool zu nutzen, eröffnet zusätzliche Angebote für den Besucher. So kann das Museum im Rahmen seines Internetauftritts Zugriff auf Datenbanken über Sammlungsbestände anbieten. Sogenannte „customized“ Internetseiten, vom Benutzer mit seinen Vorlieben definierte Seite im Internetauftritt des Museums, ermöglichen dem Museum spezifisch auf den Nutzer einzugehen und ihm Informationen, die auf seine Interessen abgestimmt sind, zukommen zu lassen. Durch die Registrierung des Nutzer gewinnt das Museum wichtige Daten und kann diese für Marketingzwecke verwenden. Das beinhaltet z.B. das Anbieten von spezielle Downloadmöglichkeiten, ermäßigter Eintritt, Geschenkgutschein für einen Artikel aus dem Museumsshop, etc.

Grundgedanke des Internetauftritts ist neben der Serviceleistung für Besucher bzw. am Museum interessierte Personen, eine Kundenbindung zu erreichen.

Der Museumsshop

Der Museumsshop ist eine klassische Einrichtung, um zusätzliche Einnahmen durch den Verkauf von Merchandising-Artikeln zu erzielen. Jedoch soll der Kunst- und Kulturinteressierte auch die Möglichkeit haben, umfangreiches Informationsmaterial zu den Ausstellungen und Sammlungsbeständen des Museums erwerben zu können, um sich vertiefend mit dem Gesehenen auseinanderzusetzen zu können.

Dazu zählen neben der Fachliteratur auch Ausstellungsführer, pädagogisch aufgearbeitete Literatur für Kinder sowie Arbeitshefte für Lehrer und Schüler zu kunstgeschichtlichen Themen und Ausstellungen.

Kooperationen

Kooperationen werden von Museen häufig für Marketingzwecke eingegangen. Das Museum bekommt z.B. vergünstigte Konditionen für Anzeigenschaltungen bei einer bestimmten Zeitung. Diese erhält im Gegenzug dazu die Möglichkeit ihr Logo auf die Eintrittskarten des Museums drucken zu lassen.

Kooperationen können aber auch für Bildungszwecke eingegangen werden. Diese nicht gewinnorientierte Form der Kooperation soll speziell dem Bildungsauftrag staatlicher Museen dienlich sein und werden mit Schulen als Kooperationspartner eingegangen. Neben groß angelegten Initiativen wie das „Wiener Ferienspiel“ an dem alle Wiener Schulen und alle Bundesmuseen beteiligt sind, kommt es aber auch zu einzelnen Kooperationen zwischen Schulen und Museen. Um das Eingehen von Arbeitsgemeinschaften zu fördern, initiierte das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur gemeinsam mit dem Österreichischen Kulturservice das Projekt „MUSEUM ONLINE“⁷⁶.

Museen und Schulen werden mit Hilfe dieser Plattform dazu aufgerufen zusammenzuarbeiten, um das Verständnis für Kunst und Kultur sowie die Aufgaben von Museen im Zuge von aktiver Projektarbeit zu fördern.

„Das Projekt MUSEUM ONLINE will die Zusammenarbeit zwischen Museen und Schulen unter Einsatz innovativer Technologien fördern. Die Nutzung neuer Kommunikations- und Informationstechnologien stellt dabei einen wesentlichen Bestandteil des Projekts dar. Die in diesem Kontext entstehenden Beiträge werden im Rahmen der M:O Website dokumentiert und fördern u.a. eine aktive Auseinandersetzung mit der Museumslandschaft und dem kulturellen Erbe durch Jugendliche.“⁷⁷

Die Vorteile für die Kooperationspartner bei der Durchführung eines solchen Projektes werden von MUSEUM ONLINE folgendermaßen angeführt:

⁷⁶ Vgl. <http://www.museumonline.at/zweck-und-ziel/> , Mai 2005

⁷⁷ Vgl. <http://www.museumonline.at/zweck-und-ziel/> , Mai 2005

„Durch die Beschäftigung mit kulturellen Inhalten sammeln einerseits Lehrer/innen Erfahrungen im Einsatz von multimedialen Ressourcen für Unterrichtszwecke. Andererseits lernen Schüler/innen auf zeitgemäße Art und Weise, sich einem Thema zu nähern und dieses mit Hilfe einer "neuen Lernkultur" zu erarbeiten. Darüber hinaus wird auch die pädagogische Vermittlungsarbeit von Kunst- und Kulturinstitutionen in den Schulen, sowie die Zusammenarbeit von Schule, Kunst- und Kulturinstitutionen und Wirtschaft gefördert.

Ein weiterer Lernaspekt im Zuge von MUSEUM ONLINE ist der Erwerb von Projekt-Kompetenzen der beteiligten Personen (Zielformulierung, Gruppenarbeiten und Arbeitsteilung, Schwerpunktsetzung, Zielerreichung ...).“⁷⁸

Engagiert durchgeführte Projekte helfen den SchülerInnen sich mit ihren Interessen und dem Museum auseinander zu setzen und verschaffen ausserdem dem Partnermuseum Öffentlichkeit und positive PR.

2.2. Präsentation des Konzeptes

Folgendes medienpädagogisches Konzept wird unter besonderer Berücksichtigung der Zielgruppe der Jugendlichen erstellt und soll ausserdem eine Antwort auf die leitende Forschungsfrage der Arbeit geben. Diese lautet:

„Wie kann Medienpädagogik im Ausstellungswesen genutzt werden, um Jugendliche und Schülergruppen für einen Besuch des Kunsthistorischen Museums zu interessieren?“

Im Zuge der Befragung der SchülerInnen wurde klar, dass bei den Meisten die Erwartung nach neuem Wissen, also dass auch etwas gelernt wird, an erster Stelle bei einem Museumsbesuch stand. Das gängige Vorurteil, dass sich Jugendliche nur mehr unterhalten, aber nichts mehr lernen wollen, ist eindeutig nicht zutreffend.

Ebenso wurde deutlich, dass es ihnen wichtig ist, Fachkräften Fragen zur Ausstellung stellen zu können.

⁷⁸ Vgl. <http://www.museumonline.at/zweck-und-ziel/> , Mai 2005

Interesse an interaktiven Medien war insofern vorhanden, als dass diese zur Auflockerung von klassischen Führungen dienen und einem ausserdem erlauben, die Dauer der Führung selbst bestimmen zu können.

Das neue medienpädagogischen Konzepts im KHM sieht folgende Schritte vor:

1. Aufstellen von Computerterminals
2. Eingehen von Kooperationen
3. Erweiterung des Internetangebots sowie des Shopangebots

Das Aufstellen von Computerterminals soll Alternativen zur persönlichen Führung und zur Führung per Audio Guide anbieten. Die Terminals sollen neben umfangreichen Datenbanken zu den Sammlungsbeständen (ähnlich konzipiert wie digitale Galerie der Pinakothek München)⁷⁹ auch interaktive Wissensspiele und Quize anbieten, um den Benutzer zu einer spielerischen Auseinandersetzung mit den Ausstellungsinhalten anzuregen und Lerneffekte zu ermöglichen. Neben der Möglichkeit, sich vertiefend in bestimmte Rubriken einarbeiten zu können, soll jedoch auch die Möglichkeit bestehen, anhand der Eingabe von persönlichen Interessen und Dispositionen, vom Computer generierte Routen durch die Ausstellung zu erhalten. Somit erhält der Besucher die Möglichkeit die Route durch die Ausstellung und die Zeit die er dafür aufwenden will, selbst planen zu können, was gerade für jugendliche Besucher interessant ist.

Die Computerterminals sollen einerseits als Zusatzangebot zu einer Führung zur Verfügung stehen und andererseits aber auch als alleiniges Informationstool für jene Besucher dienen, die keine Führung mitmachen.

Wichtig ist ein einwandfreies Funktionieren der Computerstationen, um Frustrationserlebnisse, die z.B. durch zu lange Responszeiten von Seiten des PC's hervorgerufen werden können, zu vermeiden.

Die sollten in zwei unterschiedlichen Ausführungen aufgestellt werden. Der Eingangsbereich eignet sich auf Grund seiner weitläufigen Fläche und seines

⁷⁹ Siehe dazu S. 42 in dieser Arbeit

Charakters eines Treffpunktes zur Aufstellung eines Computerterminals, der hauptsächlich Orientierungshilfen, wie einen Plan des Gebäudes und Kurzbeschreibungen der einzelnen Ausstellungsräumlichkeiten, anbietet.

Die Galerie im ersten Stock, wo sich das Café sowie die Zugänge zu den Ausstellungsräumlichkeiten befinden, bietet Platz für drei bis vier Computerterminals, die mit Sitzmöglichkeiten ausgestattet sind. Hier kann sich der Besucher Zeit nehmen, um die digitale Galerie zu besuchen und vertiefende Informationen aufzunehmen.

Eine Erweiterung der Internetangebots und des Museumsshopangebots bezieht sich auf das Angebot von Informationsmaterial zu Ausstellungen und Sammlungsbeständen.

Die bei der Umfrage befragten SchülerInnen waren an der Möglichkeit der Erstellung eines on-demand Katalogs („My collection“) interessiert, um dieses Textmaterial auch für schulische Zwecke (z.B. Referate) einsetzen zu können. Als großer Nachteil wurden allerdings die Kosten für so einen Katalog angeführt. Im Rahmen des Internetauftritts ließe sich eine spezielle Seite für SchülerInnen einrichten, die von Museumspädagogen und Kunsthistoriker pädagogisch-didaktisch aufbereitete Inhalte zu gewissen kunstgeschichtlichen Themenpunkten zum Download anbietet. Damit das KHM Informationen zu den relevanten Themenschwerpunkten erhält, bieten sich Kooperationen zwischen KHM und Schulen an. Gerade Projektarbeiten, wie sie die Plattform MUSEUM ONLINE forciert, eignen sich hervorragend für die Erarbeitung und Erstellung eines Schülerforums auf den Internetseiten des KHM.

Auch der Museumsshop wird zum Abschluss eines Besuches gerne aufgesucht. Der Vertrieb von ausstellungsbegleitenden Heften, auch Arbeitshefte für Schüler der verschiedenen Altersstufen, würde sich in diesem Falle anbieten. Allerdings muss dieser auf einer Preisschiene geführt werden, die auch für jugendliche Besucher leistbar ist. Dadurch soll ein Impulskauf von informativer Literatur angestrebt werden.

Das Konzept für den Einsatz interaktiver Medien im KHM zeigt, dass keine großartigen Veränderungen im Museum notwendig sind, um das Interesse von Jugendlichen an einem Museumsbesuch zu wecken.

Computerterminals bieten alternative Informationswege, die ebenfalls Lerneffekte auslösen können sowie Unterhaltung im Stil von Edutainment. Dies sind Erwartungen, die jugendliche Besucher an das KHM stellen.

Projektarbeiten im Rahmen von Kooperationen wie MUSEUM ONLINE greifen nicht in den Ausstellungsalltag ein. Internetauftritte können im Hintergrund erarbeitet werden und bringen jedoch große Vorteile für Internetnutzer.

Ein Überdenken des Angebotsarrangement im Museumsshop, bezogen auf preisgünstige Literatur, aber auch CD-ROM's, mit qualitativen Inhalten für Jugendliche wäre auf alle Fälle einen Versuch wert.

Kapitel VI Conclusio

In dieser Arbeit wurde auf die medienpädagogischen Kommunikationsformen im Kunsthistorischen Museum Wien eingegangen. Ziel war es folgende Forschungsfrage zu beantworten: „Wie kann Medienpädagogik im Ausstellungswesen genutzt werden, um Jugendliche und Schülergruppen für einen Besuch des Kunsthistorischen Museums zu interessieren?“

Im Fokus der Arbeit lagen die unterschiedlichen Vermittlungsmethoden von Museen allgemein sowie die des KHM im Speziellen. Eine empirische Untersuchung diente als Unterstützung und Orientierung für die Beantwortung der Forschungsfrage und der Erstellung eines Konzeptes. Ein besonderer Stellenwert wurde dem Einsatz von interaktiven Medien zugeordnet, die auch im Konzept den Schwerpunkt bildeten. Im Zuge der Auswertung der empirischen Untersuchung wurde deutlich, dass zwischen dem Einsatz von interaktiven Medien im Kunsthistorischen Museum und dem Interesse von Jugendlichen an einem Museumsbesuch ein positiver Zusammenhang besteht.

Ebenso stellte sich heraus, dass es den jugendlichen Besuchern ein Anliegen ist, selbst zu entscheiden, wie viel Zeit sie vor einem Objekt bzw. für Informationen über dieses Ausstellungsstück aufwenden wollen. Gleichmaßen wichtig ist ihnen aber auch das Erreichen eines gewissen Gratifikationseffektes am Ende des Museumsbesuches. Dieser wird dadurch erreicht, dass man nachweisen kann, etwas im Bereich der kulturellen Allgemeinbildung dazu gelernt zu haben.

Dazu ist jedoch festzuhalten, dass interaktive Anwendungen, gerade Computerterminals, diese Erwartung zwar unterstützen, aber ein Gespräch mit einem Kunsthistoriker, einen problemorientierter Dialog, ein Aufzeigen von Themenschwerpunkten in Gemälden der verschiedensten Maler, Kinderführungen sowie kreative Führungen nicht ersetzen können.

Im Zuge der Befragung wurde folgende Hypothese falsifiziert:

„Wenn das Kunsthistorische Museum unterschiedliche Medien, die auf mediendidaktischen Überlegungen beruhen, als Vermittlungsinstrument anbietet, dann entscheiden sich LehrerInnen eher dafür mit ihren SchülerInnen ins Kunsthistorische Museum zu gehen, als wenn nur traditionelle Schülerführungen angeboten werden.“

Die Meinungen der befragten LehrerInnen machten deutlich, dass interaktive Medien für LehrerInnen als Alternative zu Schülerführungen nicht in Frage kommen. Ebenso wie Quize, die am Beginn des Besuches an die SchülerInnen ausgeteilt werden und die durch aktives Teilnehmen an der Führung gelöst werden können, wurden die Computerterminals nur als Zusatzangebot betrachtet. Das erweiterte Angebot an Material über Ausstellungen und Sammlungsbestände zur Vor- bzw. Nachbearbeitung des Besuches im Unterricht stieß zwar auf Interesse, beeinflusst aber die Entscheidung mit Schülergruppen eher das KHM zu besuchen ebenso wenig, wie die Zusatzangebote im Bereich der Vermittlungsinstrumente.

Hier lässt sich schlussfolgern, dass das KHM für Pädagogen ohnehin als traditioneller Lernort betrachtet wird und ein Besuch des KHM meist als Fixpunkt des Unterrichts feststeht.

Das erstellte Konzept berücksichtigt daher verstärkt die Erwartungen der jugendlichen Besucher, richtet sich aber mit den Kooperationsvorschlägen auch an die Lehrpersonen.

Literaturverzeichnis

Atteslander, Peter, Methoden der empirischen Sozialforschung, 9. neu bearb. Aufl., o. A., Berlin, 2000, S. 114 – 178

Caselmann, Christian, Der Begriff der Anschauung in pädagogischer Sicht, in: R. Heiss/C. Caselmann/A.O. Schorb/P. Heimann (Hrsg), o. A., o. O., 1963, S. 43 – 70

Dehn, Mechthild, Mit Dürers ‚Eichhörnchen‘ in Klasse 1, in: Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, (Hrsg): Staudte, Adelheid, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1993, S. 91 ff

Freymann, Thelma, von, Am Beispiel erklärt, in: Am Beispiel erklärt. Aufgaben und Wege der Museumspädagogik, (Hrsg): Freymann, Thelma, von, in: Hildesheimer Beiträge zu den Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Studien – Texte – Entwürfe, Band Nr. 29, (Hrsg): Leder, Gottfried, Georg Olms Verlag, Hildesheim, Zürich, New York, 1988, S. 1

Freyman, Thelma, von, Die Führung als museumspädagogische Aufgabe, in: Am Beispiel erklärt. Aufgaben und Wege der Museumspädagogik, (Hrsg): Freymann, Thelma, von, in: Hildesheimer Beiträge zu den Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Studien – Texte –Entwürfe, Band Nr. 29, (Hrsg): Leder, Gottfried, Georg Olms Verlag, Hildesheim, Zürich, New York, 1988, S. 115 ff.

Garlichs, Ariane, Chagall und die Folgen, in: Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, (Hrsg): Staudte, Adelheid, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1993, S. 82ff.

Hoek, Gerard, van der, Edukationistisch, in: Am Beispiel erklärt. Aufgaben und Wege der Museumspädagogik, (Hrsg): Freymann, Thelma, von, in: Hildesheimer Beiträge zu den Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Studien – Texte – Entwürfe, Band Nr. 29, (Hrsg): Leder, Gottfried, Georg Olms Verlag, Hildesheim, Zürich, New York, 1988, S. 102

Hoffmann, Bernward, Medienpädagogik, Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn, 2003, S. 14, 17, 21f., 28ff., 34

Keene, Suzanne, Digital Collections: Museums in the Information Age, Butterworth Heinemann, o. O., 1998, S. 71

Klimsa, Paul, Multimedia, Anwendungen, Tools und Techniken, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 1997, S. 380 f.

König, Gabriele, Kinder- und Jugendmuseen, Genese und Entwicklung einer Museumsgattung, Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte, Leske und Budrich, Opladen, 2002, S. 55, 73 ff., 94, 98, 100

Kremser Barbara, Aktuelle Trends in der Museumspädagogik von 1990 bis 2000: Neue Bildungsaufgaben in Wiener (Kunst) Museen, o. A., Wien, 2004, S. 122

Maier, Wolfgang, Grundkurs Medienpädagogik und Mediendidaktik, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1998, S. 14 ff., 28, 30 ff., 38 ff., 40 ff., 49, 52

McManus, Paulette, Communication with and between visitors to a science museum, o. A., o. O., 1991, S. 45

Mikasch, Heidemarie D., Haack, Johannes, Blickbewegungsforschung – Einführung in die physiologischen Grundlagen, Techniken und in die Problem- und Anwendungsbereiche, in: Issing, L. J./Mikasch, H. D./Haack, J., o. A., o. O., 1986, S. 11 – 36

Otto, Gunter, Otto, Maria, Sammeln – Machen – Verstehen, in: Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, (Hrsg): Staudte, Adelheid, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1993, S. 145 ff.

Schnoor, Detlef, Sehen lernen in der Fernsehgesellschaft, Opladen, o. O., 1992

Schulze, Claudia, Multimedia in Museen, Standpunkte und Perspektiven interaktiver digitaler Systeme im Ausstellungsbereich, Deutscher Universitäts-Verlag, 2001, Wiesbaden, S. 20, 59, 76, 78, 95 – 102, 113

Schulze, o. A., Typologie der Museen, o. A., o. O., o. J., S. 8 f.

Schwedes, Hannelore, Mit allen Sinnen lernen, Geruch und Geschmack, Beispiele aus der Grundschule und ihre Weiterführung in der Sekundarstufe I, in: Armin Kremer, Lutz Stäudel (Hrsg.): Natur-Umwelt-Unterricht: Zwischen sinnlicher Erfahrung und gesellschaftlicher Bestimmtheit, Sozmat, Marburg, 1993, S. 135-161

Spock, Michael, Looking back on 23 years, in: Hand to Hand, No. 2, o. A., o. O., 1988

Staudte, Adelheid (Hrsg), Ästhetisches Lernen auf neuen Wegen, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1993

Thiness-Demel, Jutta, Die Münchner Volksschule im Museum: das VHS-Führungsnetz – methodischer Aufbau und Organisationsstruktur, in: Museumspädagogik. Grundlagen und Praxisberichte, (Hrsg): Schmeer-Sturm, Marie-Louise, Pädag. Verl. Burgbücherei Schneider, o. O., S. 92 f., 93 ff.

Titz, Walter : Entlaufene Hasen und Revierkämpfe, in : „Observer“, Clip-Nr. 798880 aus: Kleine Zeitung Ennstal, Graz vom 27.2.2005

Tripps, Manfred, Was ist Museumspädagogik?, in: Museumspädagogik. Grundlagen und Praxisberichte, (Hrsg): Schmeer-Sturm, Marie-Louise, Pädag. Verl. Burgbücherei Schneider, o. O., S. 5

Wohlfromm, Anja, Museum als Multimedia – Neue Medien in Museen, Überlegungen zu Strategien kultureller Repräsentation und ihre Beeinflussung durch digitale Medien, Herbert von Halem Verlag, 2002, S. 35, 76, 114 ff.

Internetquellen:

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, (2005): Bildungsauftrag, <http://www.bmbwk.gv.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: bmbwk, Dokument: bmbwk 1

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, (2005): Bundesmuseenevaluierung, <http://www.bmbwk.gv.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: bmbwk, Dokument: bmbwk 2

Espro, (2005): Audio Guides, <http://www.espro.com>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Espro, Dokument: Espro 1 und Espro 2

ICOM, (2005): The International Council of Museums, <http://icom.museum>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: ICOM, Dokument: ICOM 1

Kunsthistorisches Museum, (2005): Internetangebot, <http://www.khm.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: KHM, Dokument: KHM 1

Kunsthistorisches Museum, (2005): Kinderführungen, <http://www.khm.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: KHM, Dokument: KHM 2

Matheboard, (2005): Mathe online verstehen, <http://matheboard.de>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Matheboard, Dokument: Matheboard 1

Museum Online, (2005): Zweck und Ziel, <http://www.museumonline.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Museum_online, Dokument: Musuem_online1

Parmentier, Michael, In entgegengesetzter Richtung, Sieben Thesen zur Pädagogik in Kunstmuseen, (2005): <http://www2.hu-berlin.de>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Parmentier, Michael, Dokument: Parmentier_Sieben Thesen

Parmentier, Michael, Zum Problem, (sic!) der Beschriftung, Über Funktion und Inhalt der Objektkommentare im pädagogischen Museum „Orbis digitalis“, (2005): <http://www2.hu-berlin.de>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Parmentier, Michael, Dokument: Parmentier_Zum Problem

Schwedes, Hannelore, (1993): Institut für Didaktik der Naturwissenschaften <http://www.physik.uni-bremen.de/physics.education/schwedes/text/febsinne.htm>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Uni-Bremen, Dokument: Uni-Bremen 1

Wien.at, (2005): Webservice der Stadt Wien, <http://wien.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Wien.at, Dokument: Wien.at 1

Wien extra, (2005): Wiener Ferienspiel, <http://www.wienextra.at>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Wien extra, Dokument: Wien extra 1

Wikipedia, (2005): Wikipedia. Die freie Enzyklopädie, <http://wikipedia.de>, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Wikipedia, Dokument: Wikipedia 1

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Dürer, Albrecht, Eichhörnchen, Kupferdruck, 1512, als Kopie erhältlich unter: <http://www.poster.de/Duerer-Albrecht/Duerer-Albrecht-Eichhoernchen-1512-9300011.html>

Abb. 2 – 9: Eigene Darstellung, 2005, siehe CD-ROM im Anhang, dort unter Ordner: Auswertung_Befragung_SchülerInnen

Anhang

Als Anhang zu dieser Arbeit liegt eine CD-ROM bei. Dort befinden sich :

- Die genauen Angaben zu den Internetquellen, die in der Arbeit verwendet wurden. Diese sind zu finden im Ordner „Internetquellen“.
- Excel-Auswertungen und Diagramme zur SchülerInnen- und LehrerInnenbefragung. Zu finden im Ordner „Befragung“.
- Das Diagramm zur Anzahl der Schulklassen- und Erwachsenenführungen im Jahr 2004 der Abteilung „Museum und Publikum“ des KHM. Diese befindet sich im Ordner „Führungen 2004“

