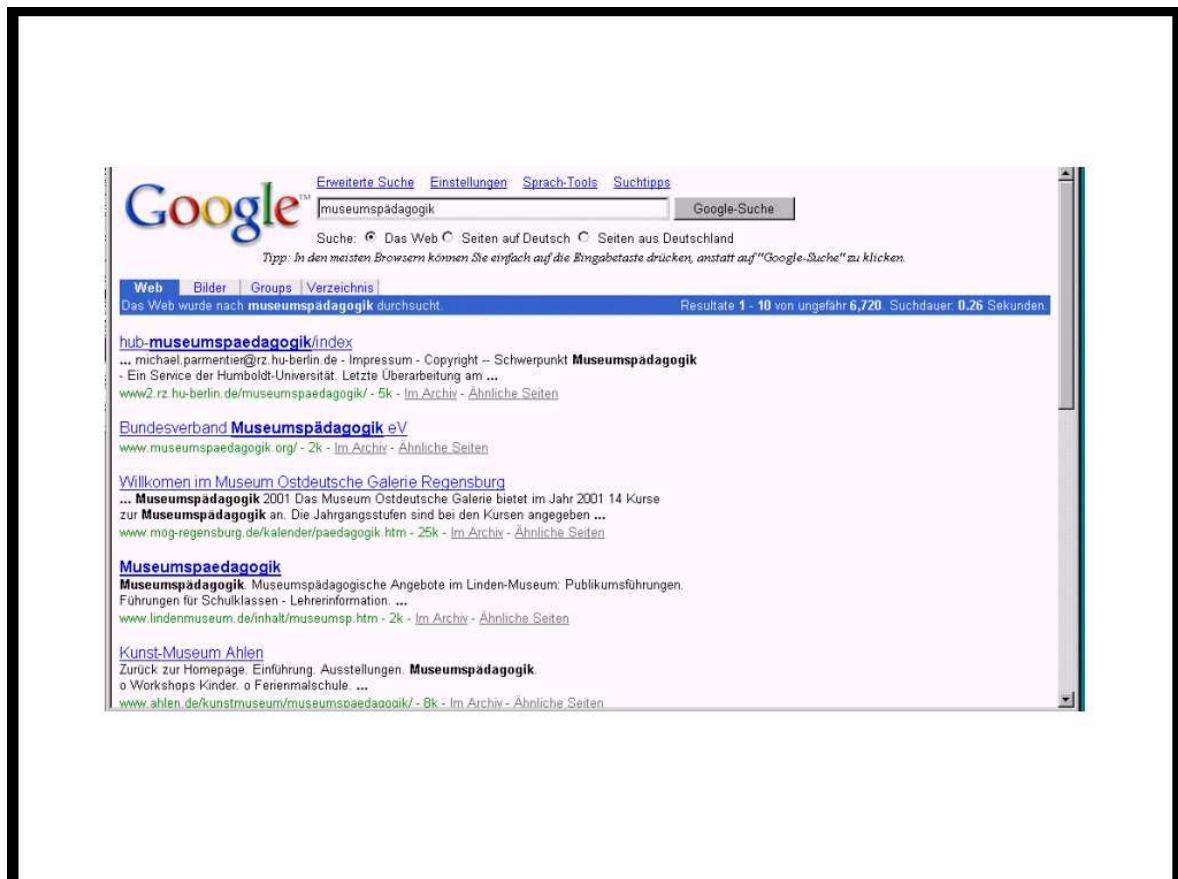


Die folgende Übersicht zeigt die Ergebnisse einer Recherche, für die unter dem Stichwort „Museumspädagogik“ die Websites deutscher Museen auf- und durchsucht wurden. Die angeführten Beispiele sind nur exemplarisch und sollen das Spektrum dessen aufzeigen, was zur Zeit Besuchern von Museumswebsites angeboten wird. Diese Übersicht zur Museumspädagogik im Internet bezieht sich auf den Stand vom Frühjahr 2002 und zeigt verschiedenartige Angebote zu Museumssammlungen und die sinnvolle Nutzung des Internets für museumspädagogische Aufgaben und Zwecke.

Wie und wo wurde recherchiert?

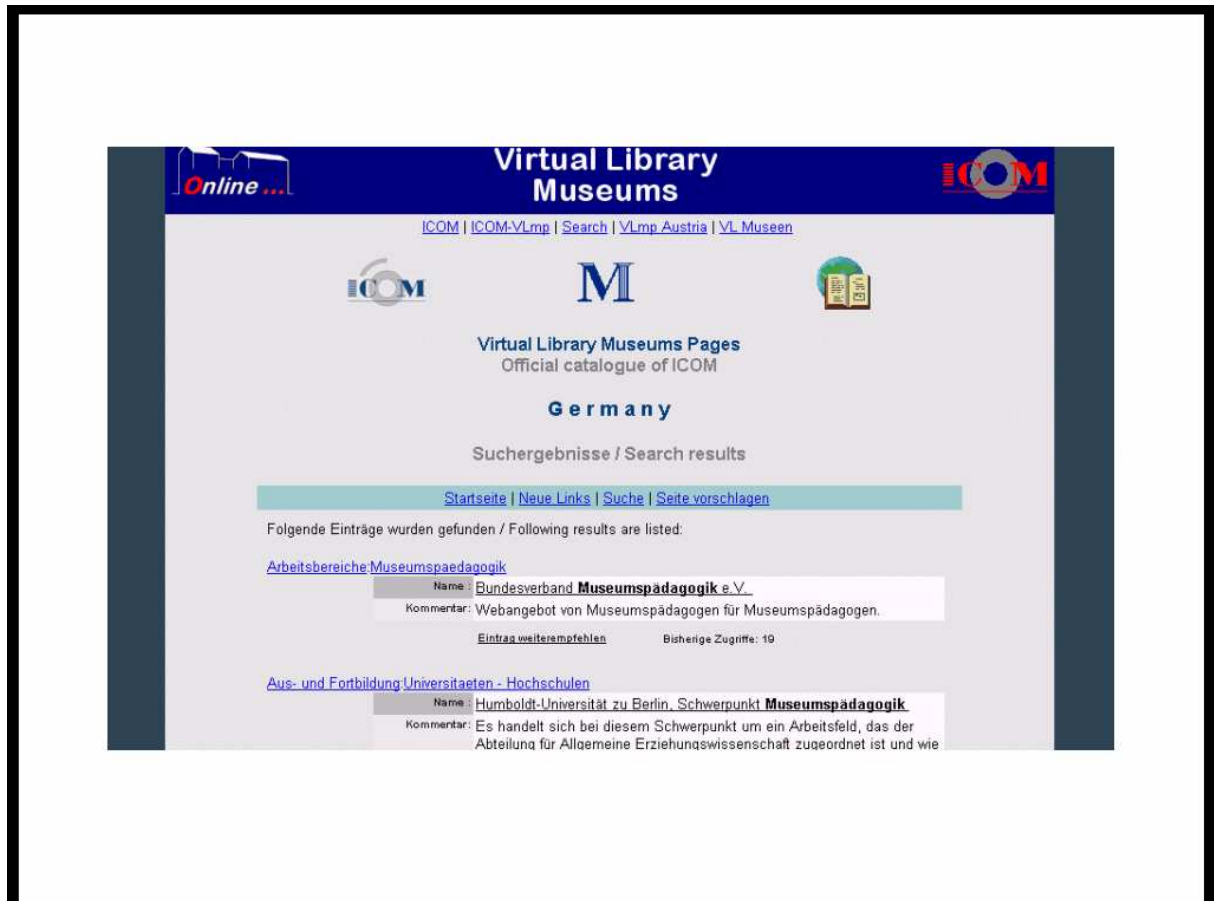
Zunächst wurden bei der Recherche Websites von Museen angesteuert, die aufgrund ihrer Größe oder aufgrund ihres Rufs, ein gutes Internetangebot zu haben, sich allgemeiner Bekanntheit erfreuen. Dabei wurde ausschließlich auf das Stichwort „Museumspädagogik“ als Menüpunkt geachtet, aber auch auf inhaltliche Angebote, die man als „versteckte“ Museumspädagogik bezeichnen kann.

Im weiteren wurden verschiedene Suchmaschinen, z.B. „google“, „metacrawler“ oder „nett“ mit dem Suchbegriff „Museumspädagogik“ gefüttert. Allein „google“ kommt zur Zeit mit diesem Suchbegriff auf bis zu 6500 Treffer.



Allerdings stellt man bereits nach den ersten drei Treffer-Seiten fest, daß sich die Adressen wiederholen oder sich dieselben Inhalte als Links oder Hinweise auf anderen Seiten noch einmal aufgeführt werden.

Eine weitere Quelle für diese Übersicht waren die derzeit existierenden Internetportale von und zu Museen. Einen besonderen Hinweis verdient an dieser Stelle die deutsche Version der „Virtual Library“-Museumsseiten. Die Inhalte waren fach- und sachgerecht unterschieden, die Links und Adressen funktionierten anstandslos und waren aktuell.



Unnötig, es anzuführen und dennoch: bei den folgenden Beispielen handelt es sich um eine Auswahl, ein Anspruch auf Vollständigkeit wird nicht erhoben. Auf einige spannende und unter dem Stichwort „Museumspädagogik im Internet“ unerläßliche Beispiele wurde hier verzichtet, weil sie im Laufe der Tagung bereits vorgestellt werden. Gemeint sind damit Projekte, wie z.B. „LeMO“ oder „www.museumshits.de“. Über Hinweise auf hier vermisste, gut gelungene Beispiele freut sich die Referentin.

Rahmendaten zum Internetangebot deutscher Museen

Das Internet ist von den deutschen Museen insgesamt gesehen als Medium anerkannt und wird nicht nur zur eigenen Recherche genutzt, sondern auch zur Selbstdarstellung. Das Institut für Museumskunde hat in seiner Gesamterhebung für das Jahr 2001 ermittelt, daß ca. 35% der an der Erhebung teilnehmenden Museen über eine eigene Website verfügen und weitere fast 40% der Museen über eine andere Homepage im Internet präsentiert werden. Diese Angabe ist nicht brandaktuell und aufgrund des Vergleichs mit vorangegangenen Jahren können wir

davon ausgehen, daß der Prozentsatz von Museen im Internet mittlerweile weiterhin gestiegen ist.

Bei Museen mit Internetauftritt handelt es sich nicht nur um große, national und international renommierte Häuser, wie z.B. die Staatlichen Museen zu Berlin, das Deutsche Historische Museum oder die Kölner Museen. Auch kleinere Häuser bis hin zu Heimatmuseen oder kleineren privaten Sammlungen haben dieses Medium für sich entdeckt und stellen sich hier vor. Ob eine Seite kreativ, unterhaltsam und/oder informativ gestaltet ist, ist keine Frage der Größe des Museums oder des finanziellen Volumens. Es ist vielleicht eher eine Frage danach, welcher kreativer Kopf für die Internetseite verantwortlich war.

Bei Durchsicht der Seiten fiel auf, und das ist wohl ein erstes Rechercheergebnis, daß Museen, die real eine museumspädagogische Abteilung, entsprechende Mitarbeiter haben oder ein Vermittlungskonzept haben, auf ihrer Homepage den Menüpunkt „Museumspädagogik“ führen. In seltenen Fällen werden derartige Angebote unter anderen Rubriken geführt, wie z. B. „Besucherdienste“, „Service“ oder „Veranstaltungen, Angebote“ etc..

Wozu eignet sich ein Menüpunkt „Museumspädagogik“? Was haben Museen bzw. ihre Besucher davon?

Im Prinzip sind es dieselben Vorzüge, wie sie auch insgesamt bei Internetangeboten von Museen zur Geltung kommen sollten:

- Information,
- Besuchsvorbereitung,
- Besuchsnachbereitung,
- „Neues entdecken“,

Information:

Für den Besucher und für das Image des Museums ist die Information „An diesem Haus gibt es eine museumspädagogische Abteilung“ wesentlich. Diese Information kann der Besucher im Haus selbst erhalten, aber auch durch Maßnahme zur Öffentlichkeitsarbeit und so auch durch die Homepage eines Hauses. Diese Information lässt sich kurz und bündig gestalten, aber auch ausführlicher, z.B. durch Mitteilungen über das Programm, die Veranstaltungen oder Zielgruppenangebote.

Besuchsvorbereitung:

Eine Internetpräsentation zum Thema „Museumspädagogik“ kann die praktischen und inhaltlichen Vorbereitungen zum Museumsbesuch unterstützen. Angaben, wie die Adresse, eine Anfahrtsskizze oder auch praktische Informationen, wie z.B., wo sich die Garderobe befindet, helfen nicht nur individuellen Besuchern den Beginn des Museumsbesuchs so bequem wie möglich zu gestalten. Insbesondere Gruppenbetreuer, z.B. Lehrer, sind besonders auf derartige Informationen zur Besuchsvorbereitung angewiesen.

Ebenso können die Besucher, einerlei ob es sich um Individualbesucher handelt oder um Multiplikatoren, inhaltlich auf den Besuch vorbereitet werden. Über die Darstellung der Sammlung und einzelner Abteilungen hinaus, sind der Phantasie wenig Grenzen gesetzt und können gezielte, kontinuierliche Aktionen im Internet zu einem Museumsbesuch animieren. Das Niedersächsische Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte in Oldenburg bietet beispielsweise einen Newsletter-Service mit dem „Kunstwerk des Monats“ per e-mail an.

Besuchsnachbereitung:

Abgesehen davon, daß es manchmal unter dem Aspekt des Vergleichs von virtueller Öffentlichkeitsarbeit und Realität interessanter ist, eine Museums-Website nach einem Museumsbesuch noch einmal anzuschauen, ist es sicherlich zur Nachbereitung am wichtigsten, einen Kontakt zwischen Museum und Besucher anzubieten. Der Eindruck, den ein Museum oder auch ein einzelnes Objekt hinterläßt, zeigt sich erst nach dem Besuch. Aus diesem Grund - und in dieser Hinsicht - haben z.B. elektronische Gästebücher ihren Sinn. Sie sollten eben nicht nur von Personen genutzt werden, die sich nur auf der Internetseite „tummeln“, sondern auch von Leuten, die das Museum bereits besucht haben. Anführen läßt sich hier beispielsweise das Angebot des Senckenbergmuseums in Frankfurt. Hier wird auf einen e-mail-Kontakt zwischen Museumspädagogen und Schülern gebaut. Die Möglichkeit, dass Museum und Publikum auch nach dem Besuch den Kontakt halten, muß ein Haus wollen und pflegen und den Besuchern muß diese Information bereits während ihres Museumsbesuchs vermittelt werden.

„Neues entdecken“:

Manchmal ist es möglich, mit den Internetseiten von Museen neue „Räume“ zu betreten oder sich mit Objekten und Themen, die zur Sammlung gehören, außerhalb des Museumsgebäudes – in den meisten Fällen „von zu Hause aus“ – zu beschäftigen und dabei **Neues zu entdecken**. Die Nutzung des Internets „um seiner selbst Willen“ ist nicht zu unterschätzen. Zuweilen läßt sich der Besuch in einem Museum, das 200 Kilometer entfernt ist, mit einer Schulklasse nicht einrichten. Die Inhalte des Museums und die Informationen auf der Homepage passen aber perfekt zum Unterrichtsinhalt.

Eine gut aufgebaute Internetpräsentation kann den Besucher von Internetseiten unter besten Umständen zum potentiellen Museumsbesucher werden lassen. Durch informative Seiten werden User einerseits neugierig auf das reale Museum, und bei einem abwechslungsreichen Programm gibt es auch schon mal Stammbesucher der Netzseiten. Dazu sollte man wohl eher Ungewöhnliches bieten, Zugänge ermöglichen, die über einen gewöhnlichen Museumsbesuch hinausgehen. Zum Beispiel, indem Dinge gezeigt werden, die sonst nicht zusehen sind. Am einfachsten dürften hier virtuelle Zugänge zu Räumen und Inhalten sein, in die man sonst nicht gelangt. Dies kann eine virtuelle Führung durch sonst nicht zugängliche Örtlichkeiten sein, wie die Höhle in Lascaux oder die virtuelle Rekonstruktion eines Tempels von dem nur noch die Grundmauern stehen. Auch das Depot eines Museums kann – als geheimer Ort, zu dem man im allgemeinen keinen öffentlichen Zugang bekommt - seinen Reiz zeigen. Auch einzelne Objekte sind manchmal - auch bei einem realen Museumsbesuch - optisch nicht „von allen Seiten“ zugänglich. Zu denken wäre da an die buntbemalte Innenseite einer Vase oder auch die vielen handgeschriebenen Seiten einer mittelalterlichen Bibel. Wenn hier auch noch eine inhaltliche Begleitung stattfindet: um so besser.

Das Angebot deutscher Museen

Analog zu dem, was Internetnutzer aus museumspädagogische Angeboten ziehen können, gestaltet sich auch das Angebot der Museen. Als Ergebnis der Recherche läßt sich das Angebot unter dem Stichwort „Museumspädagogik“ auf den websites folgendermaßen unterteilen:

Museen, die per website mitteilen

- wir haben eine museumspädagogische Abteilung, wir machen Angebote
- Das ist unser museumspädagogisches Programm (das sind im übrigen die meisten)
- Und Museen, die auf ihrer Homepage schon mit der Vermittlung beginnen.

Was ist ein Nachsitzer?

Nur ein kurzer Blick soll darauf gerichtet werden, wie man zu einem „Nachsitzer“ in Sachen Museumspädagogik im Internet werden kann. Dabei soll aber niemand namentlich öffentlich vorgeführt werden, denn in erster Linie sind positive Beispiele hilfreich. Und auch hier sind es für museumspädagogische Inhalte dieselben Kriterien, wie sie im allgemeinen für die Präsentation von Internetseiten gelten. Dazu gehören: aussagekräftige inhaltliche Gestaltung, Aktualität und Zielgruppenbestimmung.

Menüpunkte ohne Inhalt

Zuweilen trifft man auf websites von Museen, die einen Menüpunkt mit dem Titel „Museumspädagogik“ anbieten, aber ihn nicht mit Inhalt füllen. Es werden vielleicht zwei Bilder von Aktionen gezeigt. Auf weitere Informationen wird verzichtet. Abgesehen davon, daß jegliche Informationen zum Programm fehlen, wird nicht einmal eine Kontaktadresse angegeben. Das ist nicht sehr einladend und dem Nutzer stellt sich die Frage, warum es diesen Menüpunkt überhaupt gibt.



In dieser Kategorie von „Nachsitzern“ befinden sich auch einige Museen, deren museumspädagogische Abteilungen ansonsten, „im wirklichen Leben“ durch ein gut abgestimmtes vielfältiges Programm einen guten Ruf haben. Es ist also nicht so, dass Museen, die auf ihrer Homepage (fast) nichts über ihr museumspädagogisches Programm mitteilen, gar keines oder ein schlechtes haben.

Nicht Aktualisiert

Ebenfalls zu den „Nachsitzern“ sind solche Internetseiten zu zählen, die keinen Wert auf Aktualität legen. In einem Beispiel fand sich unter dem Menüpunkt zur „Museumpädagogik“, der durchaus Termine enthielt, der Hinweis „last modified in 1997“. Im Moment (2002) lassen sich Museen, die ihre Homepage nachlässig aktualisieren, schnell erkennen, nämlich dann, wenn die Preise, z.B. zu verschiedenen museumspädagogischen Aktivitäten noch in DM angegeben sind. Wenn Museen bereits absehen können, daß sie eine regelmäßige Aktualisierung nicht leisten können, ist es für Anbieter und Nutzer sinnvoller, unter dem Menüpunkt „Museumpädagogik“, die Abteilung vorzustellen und eine Kontaktadresse anzugeben. Interessenten können sich dann per Telefon informieren.

Menüpunkt „Museumpädagogik“ nur für Kollegen

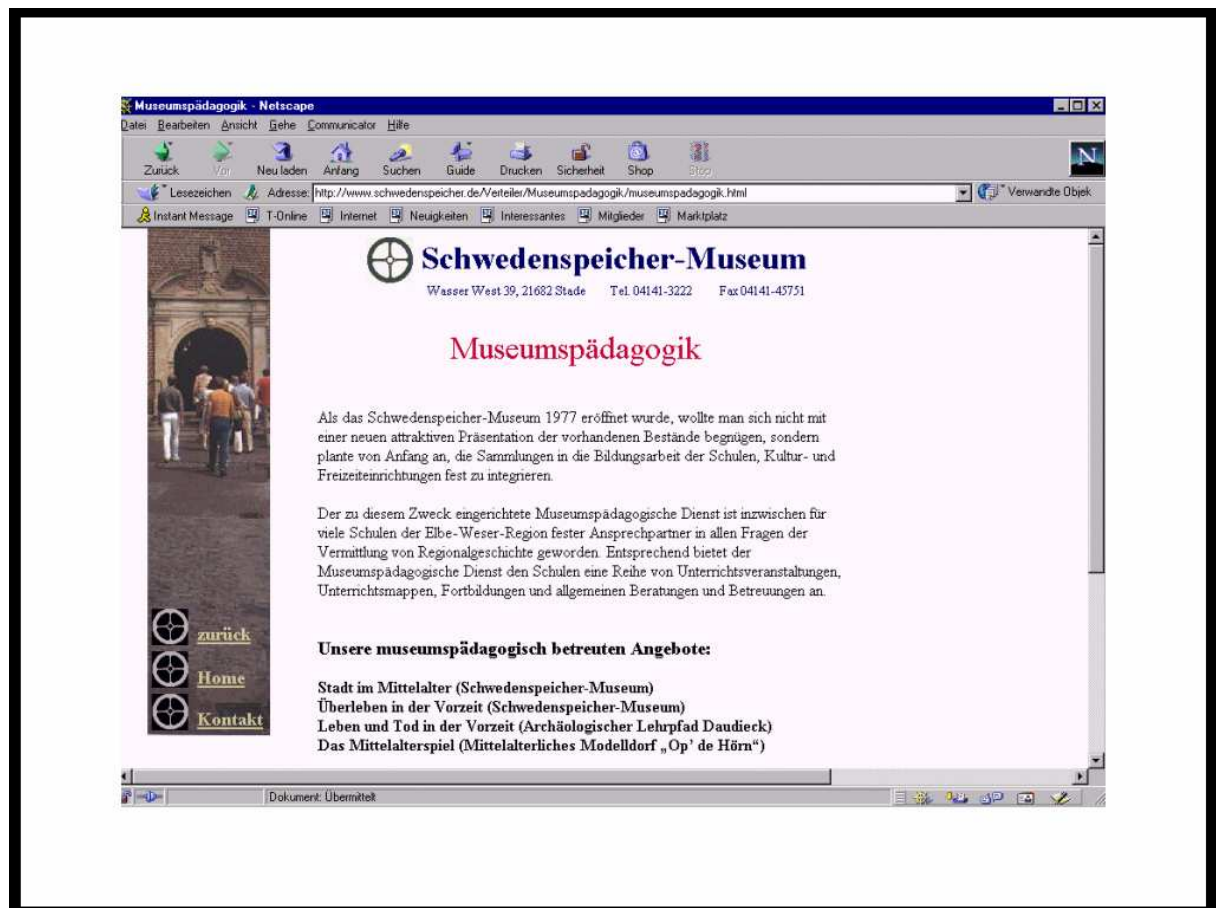
Manchmal, allerdings wirklich sehr selten, trifft man auf Angebote, die den Menüpunkt „Museumpädagogik“ aufführen, und dahinter verbergen sich seitenlange Texte zur Didaktik oder Ausführungen zur Museumspädagogik allgemein, zur Geschichte des eigenen Hauses und der museumspädagogischen Abteilung im besonderen. Hier werden nicht potentielle Museumsbesucher informiert, sondern die Kollegen.

Wie wird man zum Streber?

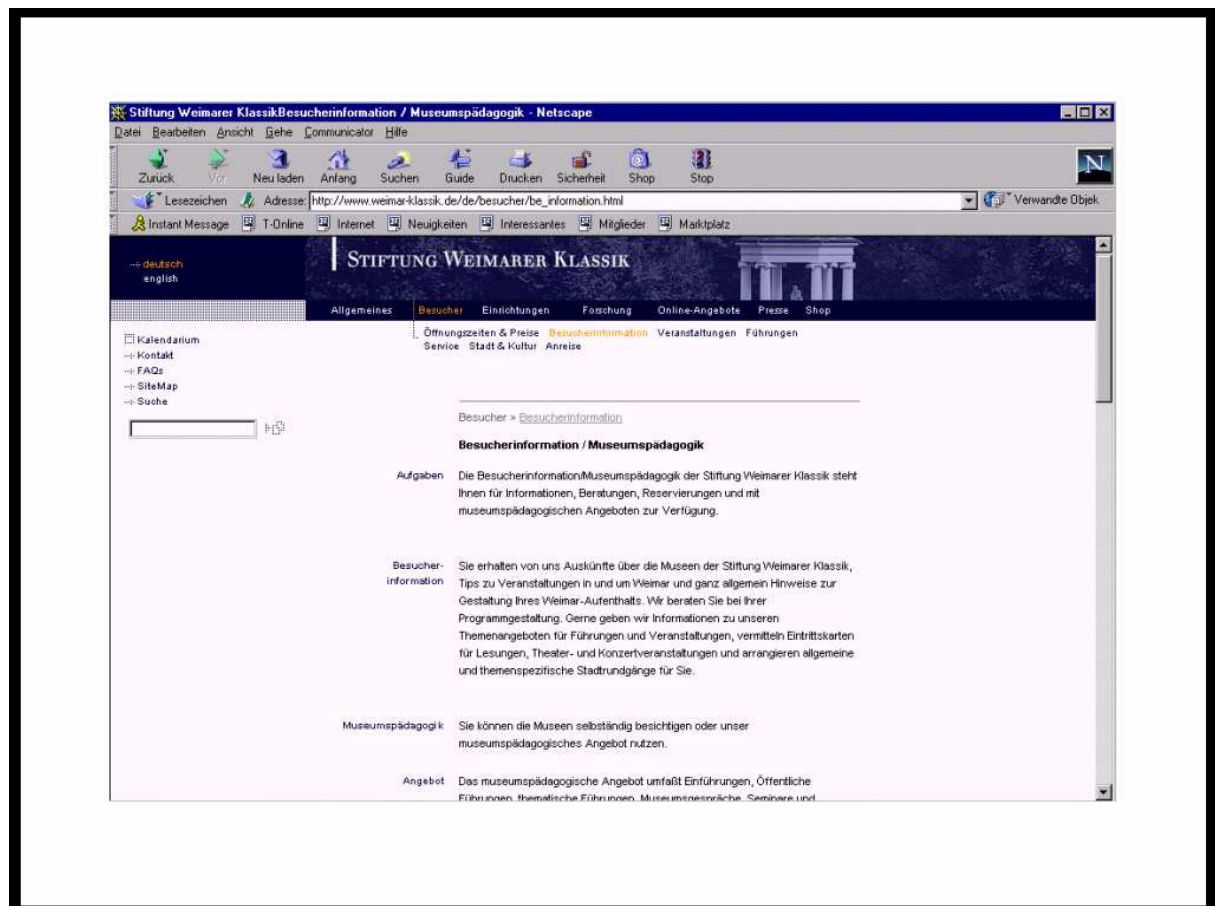
Im Gegensatz zu den „Nachsitzer“-Beispielen, werden die „Streber“ mit Namen und Adresse benannt. Die Internetseiten, die als gelungene Beispiele für die Darstellung von Museumspädagogik gelten können, wurden nicht nach Kriterien ausgewählt, wie „Ausschöpfung aller technischen Möglichkeiten“ oder „preisgekröntes Design“. Bei der Auswahl der hier angeführten Seiten sollte vielmehr die Idee, die Umsetzung und Anwendbarkeit unter dem Stichwort „Museumspädagogik“ gewürdigt werden.

Beispiele für „Ja, wir haben Museumspädagogik“

Beide Beispiele - das Schwedenspeicher-Museum in Stade und die Museen der Stiftung Weimarer Klassik, haben auf ihren Internetseiten nicht mehr als die Angabe „Ja, wir haben Museumspädagogik“. Dieses allerdings so, dass jeder, der diese Informationen liest, weiß, dass es ein Angebot in einem größeren Umfang gibt und auch weiß, an wen er sich wenden kann, wenn er gezieltere Informationen wünscht.



Gerade zentral ausgerichtete museumspädagogische Dienste, wie bei der Stiftung Weimarer Klassik, verzichten zur Zeit noch auf ein ausführlicheres Programm im Internet. Zumeist, weil die regelmäßige Aktualisierung des Programms finanziell und personell nicht zu leisten ist.



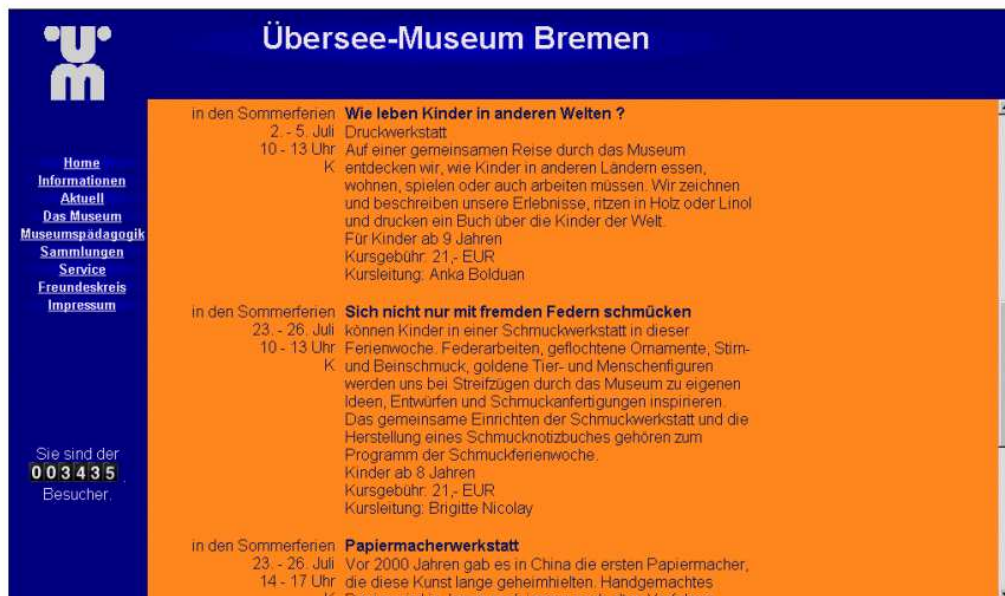
Beispiele für „Das ist unser museumspädagogisches Angebot“

Viele Museen, die ihre museumspädagogische Abteilung im Internet vorstellen, verbinden dies mit einer ausführlichen Darstellung des Programms. Der potentielle Besucher oder Interessent kann sich hier über das Angebot im einzelnen schon mal vorab informieren, und zwar so, daß einige Telefonate weniger geführt werden müssen. Abgesehen von Eltern, die Ferienprogramme für ihre Kinder planen, eignen sich diese Seiten ebenfalls gut, um Lehrern erste Informationen für einen Ausflug mit der Klasse anzubieten.

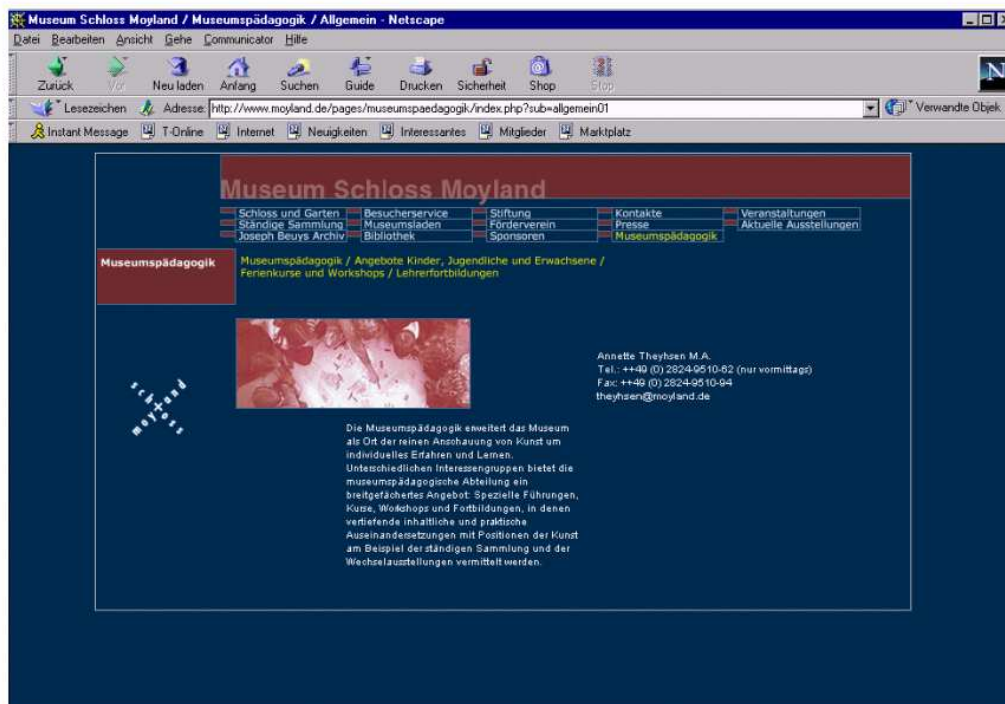
Sehr ausführlich hat z.B. das Übersee-Museum in Bremen sein Programm im Internet aufbereitet. Neben der gut platzierten Kontaktadresse, werden die Veranstaltungen nach Zielgruppe und Veranstaltungsart angeführt. Das erspart langes Recherchieren.



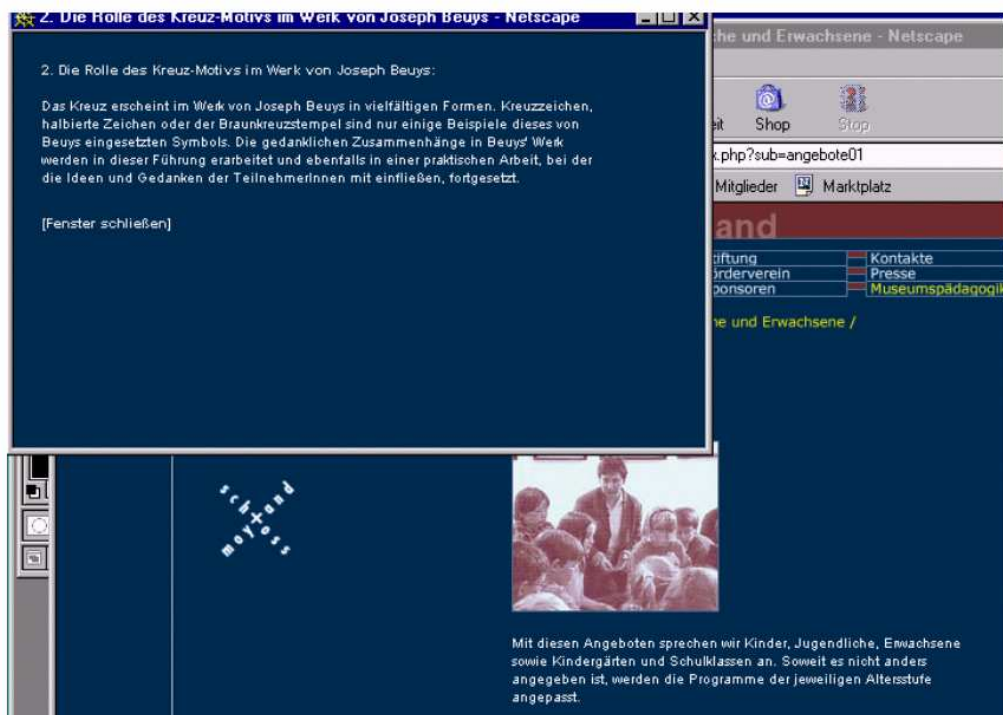
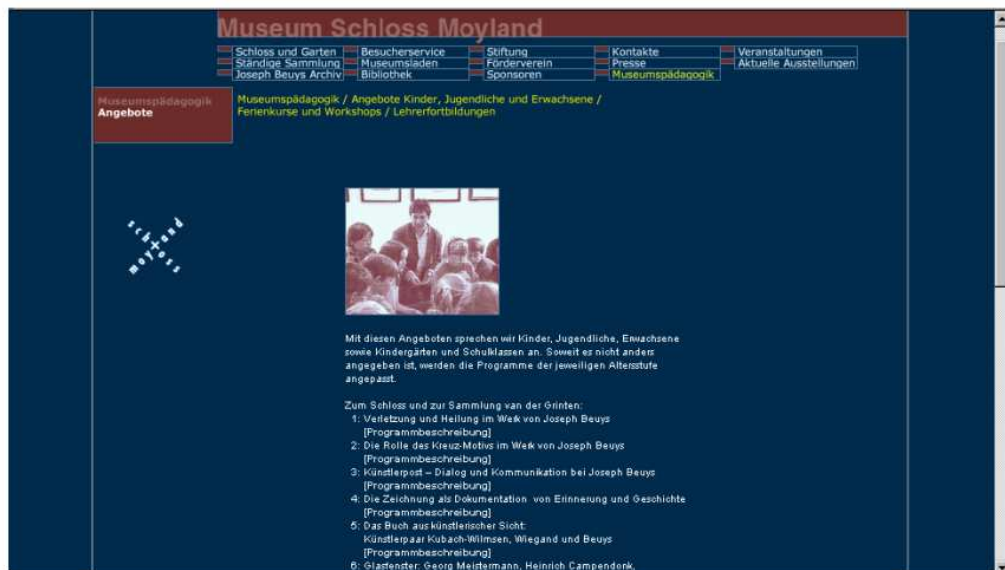
Als Beispiel, wie die museumspädagogische Abteilung online ihre Veranstaltungen vorstellt, wird hier das Sommerferienprogramm 2002 gezeigt.



Das Übersee-Museum in Bremen ist ein großes Haus mit vielen Mitarbeitern und seit Jahren erprobt in der museumspädagogischen Arbeit. Deshalb soll ein weiteres Beispiel verdeutlichen, wie ein kleineres Haus ausführlich seine Angebote, online vorstellt. Das Museum Schloss Moyland in Bedburg-Hau wurde 1997 eröffnet und hat – möglicherweise um die große Sammlung mit zeitgenössischer Kunst einer breiten Öffentlichkeit vermitteln zu können – eine gut ausgebautes museumspädagogisches Veranstaltungsangebot, was sehr ausführlich auf der Homepage des Museums vorgestellt wird.



Die Informationen zu diesen Veranstaltungen sind online so aufbereitet, daß man sie sich in „kleinen Schritten“ holen kann. Das bedeutet zum einen, daß man nur die Informationen gezielt bekommt, für die man sich auch interessiert; Zum anderen wird man ein ganze Anzahl von „Klicks“ oder „Pop-Ups“ durchgehen bis man alles Wissenswerte erfahren hat.



Es ist eine Besonderheit der Homepage des Museum Schloss Moyland, daß die Angebote der museumspädagogischen Abteilung auch mit einem Formular online gebucht werden können. Hier und da findet man diese Möglichkeit für museumspädagogische Veranstaltungen, in den meisten Fällen werden jedoch bevorzugt und konventionell die Kontaktadresse mit Telefonnummer und, wenn vorhanden, mit e-mail-Adresse angegeben.

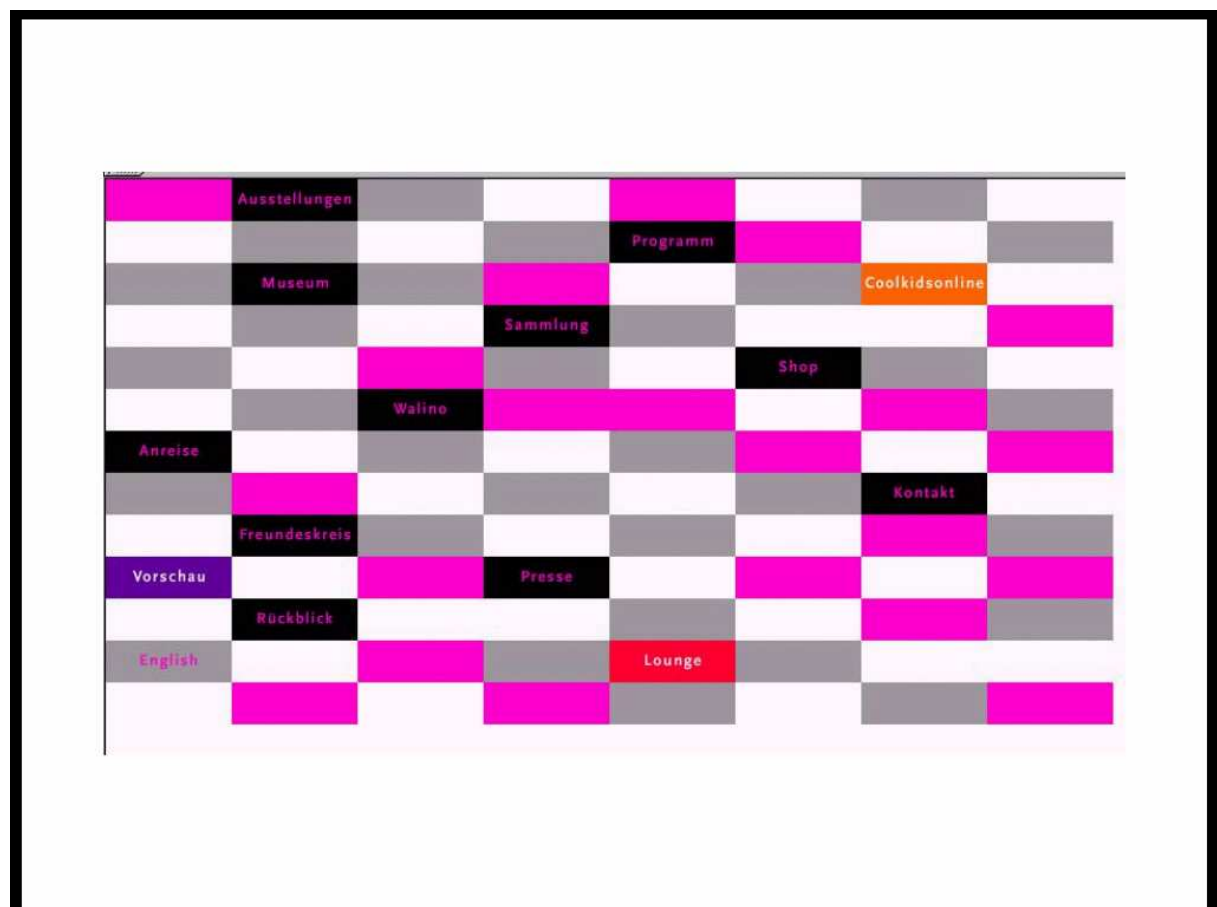
Beispiele für Museumspädagogik, die schon im Internet anfängt

Die dritte Möglichkeit, die sich der museumspädagogischen Abteilung eines Hauses anbietet, ist ein eigenständiges Vermittlungsangebot auf der Homepage des Museums. Ein ausführlich gestalteter Menüpunkt „Museumspädagogik“ kann von Interessenten genauso genutzt werden wie eine Führung oder ein Workshop. Zum vorstellen einiger Beispiele wurden Möglichkeiten aus verschiedenen Museumsarten gewählt, die natürlich auch übertragbar auf andere Museen übertragbar sind.

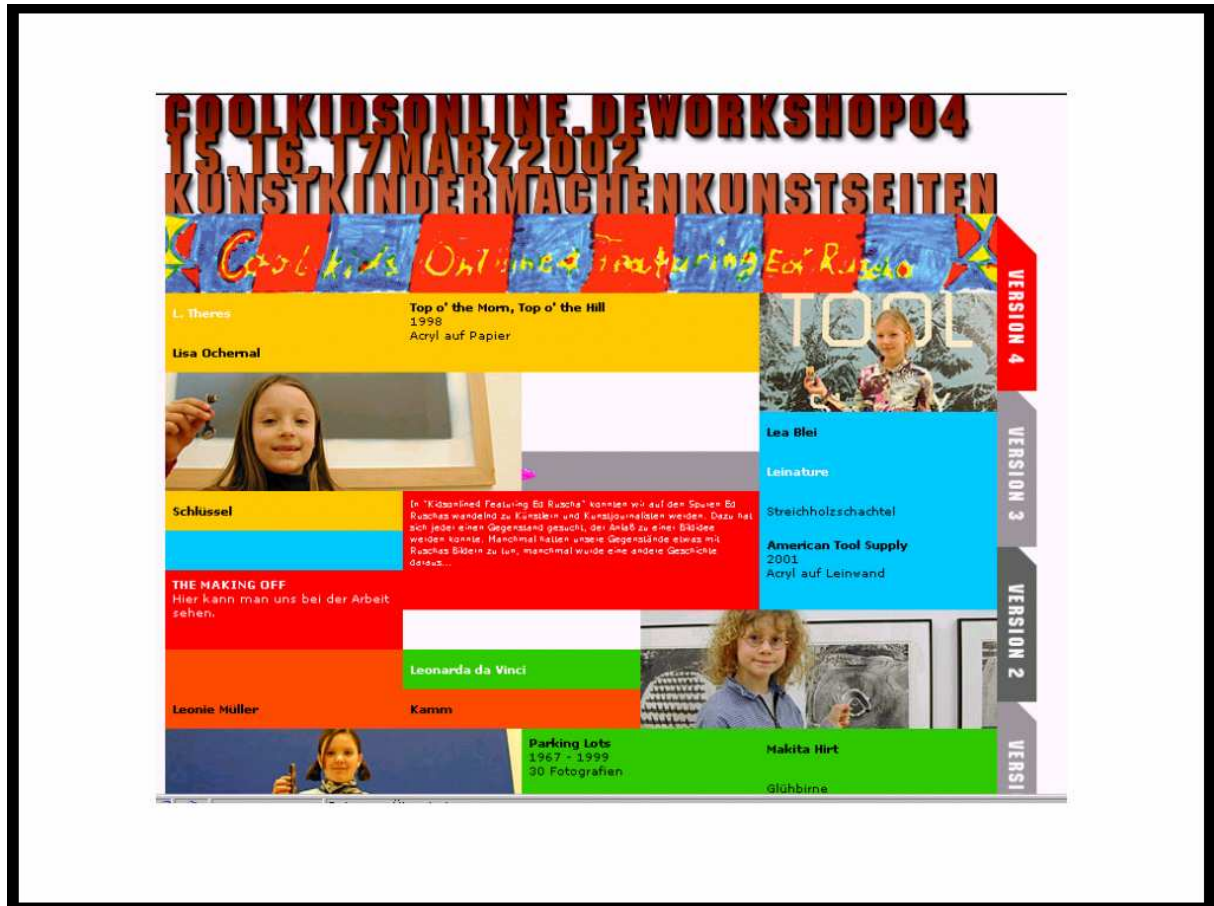
Mit dem Internet gibt es einige technische Möglichkeiten, die sich durchaus zur Vermittlung von Museumsinhalten anbieten. In den meisten Fällen sind es dieselben oder ähnliche technischen Möglichkeiten, wie sie auf Informationsterminals in Museen oder auf CD-ROMs sinnvoll sind.

Zum Beispiel ein Kunstmuseum

Auf den Seiten des Kunstmuseum Wolfsburg (www.kunstmuseum-wolfsburg.de) wird man vergeblich nach der Rubrik „Museumspädagogik“ suchen, obwohl es dort ein ausführliches Vermittlungsangebot gibt. Dabei wird auch das Internet zur Vermittlung genutzt.



Dies trifft zur Zeit – die Seiten des Kunstmuseums Wolfsburg werden nämlich regelmäßig aktualisiert – auf den Menüpunkt „coolkidsonline“ zu. Die beispielhaft hier angeführten Seiten zeigen die Ergebnisse eines workshops mit dem Titel „KUNSTKINDERMACHENKUNSTSEITEN“. Hier werden zwei Dinge vermittelt: zum einen Objekte aus der Museumssammlung, zum anderen die Möglichkeiten des Internets.



Besonders erwähnenswert ist hier, die Möglichkeit, mit den Kindern, die an dem Workshop teilgenommen haben und ihre Werke im Internet präsentieren, persönlich in Kontakt treten zu können. In einigen Projekten, die die Möglichkeiten von Kunst und Internet ausloten, gehört das Angebot mit dem Künstler in persönlichen Kontakt über e-mail zu treten, immer wieder dazu.



Damit das Angebot, Erfahrungen per e-mail auszutauschen, überhaupt genutzt wird, ist allerdings eine gezielte Werbung von Nöten. Denkbar wäre hier zum Beispiel Werbung in Schulen, die über einen Internetzugang verfügen. Ein Erfahrungsaustausch von den kleinen Künstlern der Workshops des Kunstmuseums Wolfsburg mit Schülern im Kunstunterricht könnte doch eine Bereicherung des Unterrichts sein.

Zum Beispiel ein kulturgeschichtliches Museum

Das Museum Kindheit und Jugend Berlin (www.berlin-kindheitundjugend.de) gehört zur Stiftung Stadtmuseum in Berlin. Neben der Sammlung, die aus einem Schulmuseum hervorgegangen ist, werden hier regelmäßig Sonderausstellungen veranstaltet, die vor allem die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen berühren. Das Museum wird somit vorwiegend von Schulklassen besucht. Um aber auch andere Museumsbesucher nicht unberücksichtigt zu lassen, wurde u.a. eine Internetausstellung inszeniert, die stark auf die Beteiligung von Museumsbesuchern oder Internetnutzern aufbaut.

Unter dem Menüpunkt „Ausstellungen“ wird neben den realen Ausstellungen mit den dazugehörigen Rahmendaten eine „Internetausstellung“ präsentiert. Hier geht es um Bilder und Bildergeschichten. Dazu werden Bilder und Texte aus einer Rubrik der Berliner Morgenpost von 1935 zur Stadtgeschichte Berlins als erste Anregung verwendet.

Ausstellungen

Hochzeitszug im alten Berlin

Ausstellungen



Familien-Feste wurden im mittelalterlichen, reichen Berlin mit großem Prunke gefeiert. Den Hochzeitszug begleiteten die Stadt-Musikanten und berufsmäßige Possenreißer, die die Zuschauer mit derben Späßen neckten, ihnen z.B. Ruß ins Gesicht warfen.

Abbildung und Text: "Heimat-Bilder der Berliner Morgenpost" aus dem Jahre 1935. (Beim Abschreiben des Textes wurde der Originalwortlaut weitgehend beibehalten und die neue Rechtschreibung nur an wenigen Stellen angewandt.) Die Veröffentlichung in unserer Internet-Präsentation geschieht mit freundlicher Genehmigung des Springer Verlages.

Wie man in Berlin einst feierte

Berlin war im 14. Jahrhundert eine reiche Stadt. Das geht deutlich aus der Verordnung hervor, die der Rat der Stadt nach Ostern des Jahres 1334 erließ. Es heißt darin, dass keine Frau oder Jungfrau mehr an "Mouvenspangen" (Armbändern) und sonstigem Geschmeide tragen dürfe als eine halbe Mark Silbers an Wert (nach unserem Gelde 75 Mark). Es durften ferner keine golddurchwirkten Tuche zu Gewändern verwendet, Zobelfell und Borten an Kleidern und Mantein nicht getragen werden. Diese erste uns erhaltene Polizei-Verordnung bestimmte auch, wie es mit dem Hochzeitsmahl zu halten wäre. "Wir wollen, dass keiner, bei seinem Bürger-Eide, er sei Mann oder Frau, bei Hochzeiten mehr Schüsseln aufsetzt auf seinen Tisch, denn vierzig."

Aus einer Schüssel aßen meist zwei Personen.

Die Verordnung setzt dann weiter fest, dass nach der "letzten Glocke" (im Winter um 9, im Sommer um 10 Uhr

Ausgebaut werden die einzelnen Unterpunkte, die z.B. „Die sogenannte französische Mode“ oder „Hochzeitszug im alten Berlin“ heißen, durch Leserzuschriften.



Hier werden Texte und Fotos von Privatpersonen eingearbeitet, die sich auf die einzelnen Themen beziehen. Das Material - meist sind es persönlich erlebte Geschichten - stammt von Museumsbesuchern, die bereit waren, aus ihrem eigenen Leben zu erzählen und auch Bilder dazu lieferten. Einerseits wird hier gerade älteren Personen ein Forum geboten, aus ihrem Leben zu erzählen und einen Vergleich mit der Gegenwart herzustellen. Andererseits zeigt sich mit solchen Seiten das Internet von seiner demokratischen Seite.

Ausstellungen

Die selbst geschriebene Geschichte:

Hochzeit beim Schmiedemeister Ernst

Ausstellungen



Beim Aufräumen fiel mir das Hochzeitsbild meiner Eltern in die Hand. Über Jahre war es unauffindbar, was mich traurig machte. Ich hatte es schon aufgegeben, das Foto wieder zu finden. Dann verschwand der Gedanke daran aus meinem Kopf. Um so größer war die Freude, als ich es jetzt in der Hand hielt. Meine Mutter war 20, mein Vater sechs Jahre älter. Ziemlich erschrocken schauten sie eigentlich beide in die Kamera, denn Liebe spielte zumindest beim Zustandekommen dieser Ehe keine Rolle. Es war das Jahr 1921, als die Eltern meiner Mutter beschlossen, es sei nun Zeit, ihrer Tochter einen Ehemann zu geben. Zuerst meine Mutter, die den Namen Martha Minna Margarete hatte, sich nicht trotz schwerer Arbeit am Tage, nicht durch Schläge, nicht durch Aussperren in der Nacht und andere Schikanen davon abhalten ließ, in die nächste Stadt zum Tanzen zu gehen. Irgendwie gab es wohl auch eine rein schwarzerische Jungmädchen-Affäre mit einem Zirkusdirektor, der mit seinem kleinen Etablissement den Winter im Dorf verbracht hatte. (Den kleinen Messingring, den meine Mutter zum Abschied von ihm erhielt, bewahrte sie aber ihr ganzes Leben in einem kleinen Kästchen auf und schenkte ihn meiner Enkelin, ihrer Urenkelin.) Also, die Eltern meinten, sie müssten jetzt gerade etwas unternehmen, bevor der Ruf meiner Mutter beschädigt sein würde. Der künftige Ehemann sollte und musste Bauer sein und das Schmiedehandwerk verstehen. Damitschränkte sich die Anwärterschar auf zwei junge Männer ein. Aber es gab keine Möglichkeit für Martha, der Heirat auszuweichen. Meine Mutter hatte noch das Glück, zwischen diesen beiden Kandidaten alleine wählen zu dürfen. Sehr glücklich sind sie beide nicht miteinander geworden. Meine Mutter ließ es sich nicht nehmen, einmal in der Woche in die Stadt zu fahren und einmal im Monat ihre Cousine in Berlin zu besuchen. Jedes Mal machte ihr mein Vater hinterher eine Szene und unterstellte ihr alle möglichen Dinge. Mein Vater selbst aber hatte nicht nur eine Freundin im Dorf. Als er 1986 starb, standen alle Frauen, die ihm irgendwie einmal nahe waren, an seinem Grab. Als süße Rache empfand meine Mutter, die sich 1957 von ihrem Mann getrennt hatte, sich aber nie scheiden ließ, die Tatsache, dass sie nun die Witwenrente erhielt und nicht die Lebensgefährtin meines Vaters.



Zum Beispiel ein volkskundliches Museum

Ebenfalls das Fichtelgebirgsmuseum (www.fichtelgebirgsmuseum.de) in Wunsiedel bietet auf seiner Homepage bereits Vermittlung an, ohne die Rubrik „Museumspädagogik“ zu nennen. Exponate der eigenen Sammlung werden hier unter dem Menüpunkt „Objekt des Monats“ ausführlich vorgestellt.



Seit 1989 gehört es zu den regelmäßigen Aktivitäten des Museums, in einer gesonderten Vitrine Exponate einzeln vorzustellen, die neu erworben wurden bzw. ein Dasein im Depot fristen. Zu den Objekten des Monats gehört eine ausführliche Information, die auch auf Handzetteln den Besuchern mitgegeben werden kann. Damit war die Serie „Objekt des Monats“ im Museum bereits eingeführt und mit der Gestaltung der Homepages bot es sich an, die Vorarbeiten, die sowieso für jeden Monat zu leisten sind, auch für ein Internetpublikum zu nutzen.

Home

Auf einen Blick

Aktuelles

Ausstellungen

Objekt des Monats

Abteilungen

Biografien

Mitarbeiter

Kontakt

Ceská verze

English

Objekt des Monats

Januar 2002

Die Umstellung von Gulden auf Reichsmark

Der Euro ist da. Für viele noch etwas gewöhnungsbedürftig. Aber ein Blick zurück in die Geschichte-genauer gesagt ins Jahr 1871, zeigt uns, dass unsere Altvordenen auch schon eine Währungsumstellung erlebt haben, nämlich vom Gulden zur Reichsmark. Unser Objekt des Monats ist eine Umrechnungstabelle in Taschenuhrform, die den Menschen die Umstellung auf die neue Währung erleichtern sollte.

Im Jahre 1871 ging der lang ersehnte Wunsch vieler Deutscher nach einem geeinten Vaterland in Erfüllung. Nach dem gemeinsamen Sieg der deutschen Einzelstaaten über Frankreich, ließ sich der preussische König Wilhelm I. am 18.1.1871 in Versailles zum Deutschen Kaiser ausrufen.

Noch im selben Jahr gelang endlich der



Zum Beispiel drei Technikmuseen

Das Zeppelin-Museum (www.zeppelin-museum.de) in Friedrichshafen bietet zu einigen Museumsveranstaltungen eine zusätzliche Internetpräsenz an. Unter dem Menüpunkt „Angebote“ werden neben Unterrichtsmaterialien, Rundflügen u.ä. eben diese Internetpräsenzen gezeigt. „Während in Museen die Veranstaltungen zeitlich begrenzt sind, können die Internetauftritte noch längere Zeit besucht werden!“ heißt es als Einleitung zu den Seiten. Hier wird auch ein Internetprojekt mit Schülern aus dem Jahr 2000 vorgestellt.



Das Projekt wurde von der Museumspädagogin Heike Vogel für verschiedene Schulen in und um Friedrichshafen konzipiert. Voraussetzung für das Projekt war die Bereitschaft zu einem oder mehreren Museumsbesuchen und eine Computerausstattung innerhalb der Schule. Die Anbindung der Internetseiten an die Homepages wurde von dem Museum selbst gewährleistet.

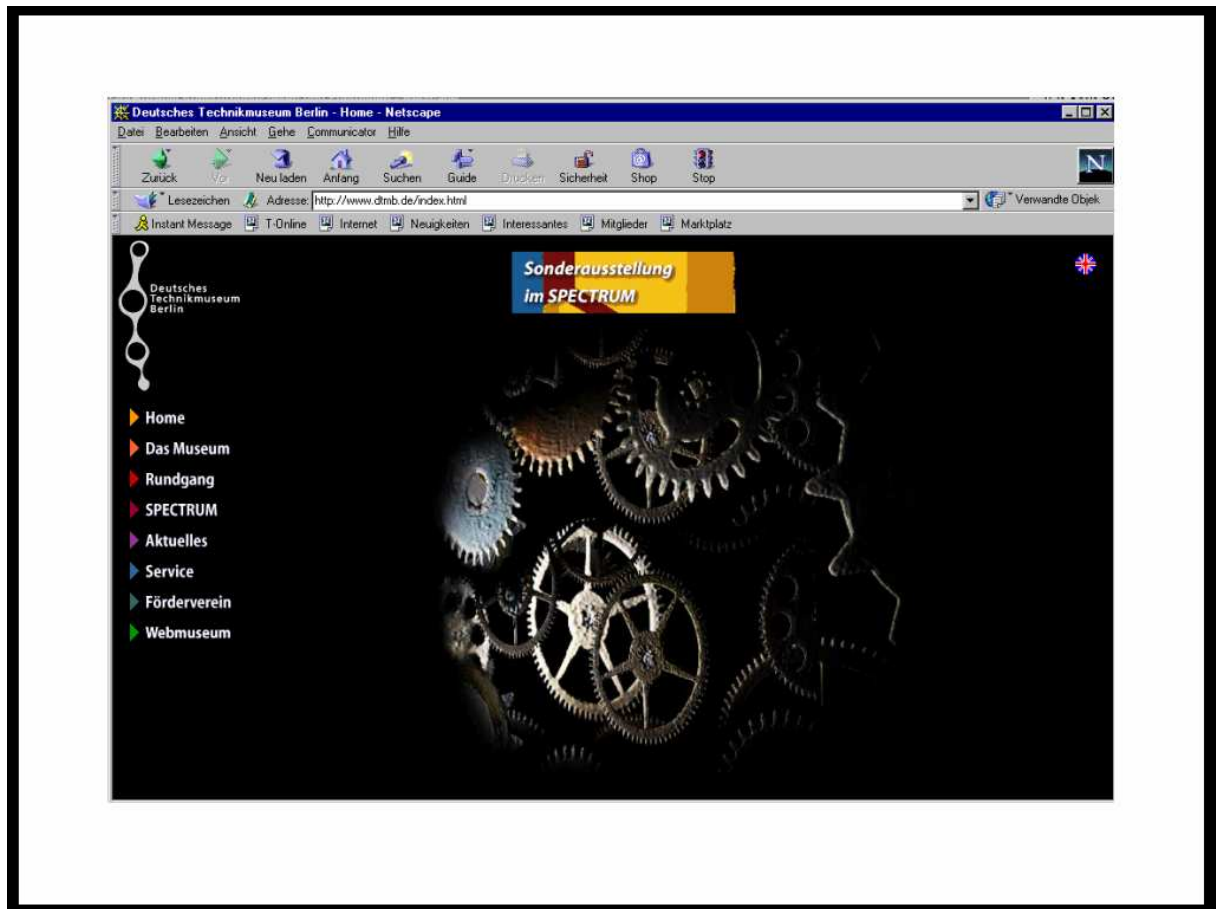


Beteiligt haben sich Schüler aus zwei 9ten Klassen von Friedrichshafener Hauptschulen. Es war den Schülern selbst überlassen, welches Material sie auswählten. Nach Aussagen der Museumspädagogin haben die Schüler mit diesem Projekt nicht nur technische Kenntnisse und Fähigkeiten gewonnen, sondern auch einiges dazugelernt, wie und wo man sich Informationen beschaffen kann.



Eine wichtige Erfahrung war es für die Schüler, daß nicht alle Informationen, die sie mit Hilfe des Internets erhalten haben, gleichzeitig auch sachlich richtig waren.

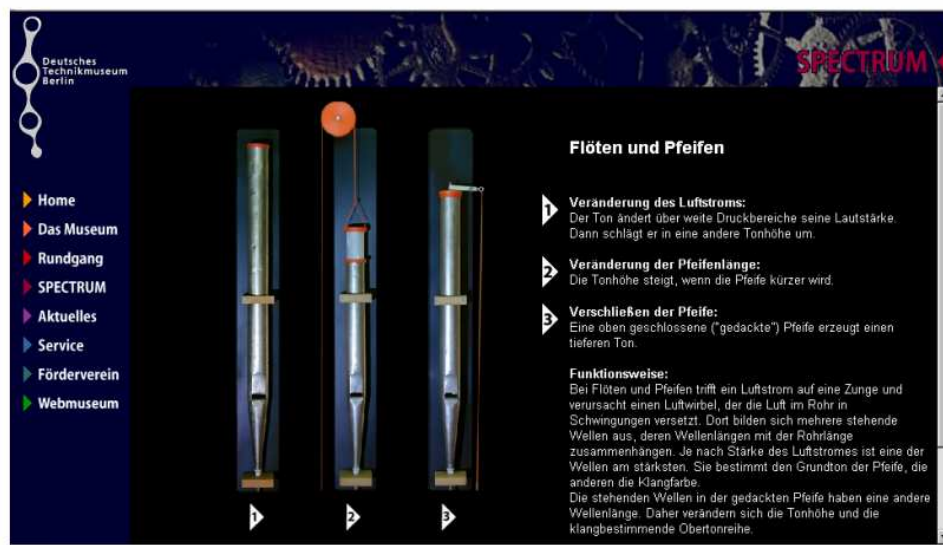
Ebenfalls auf die Arbeit mit Schüler geht eine Internetpräsentation des Deutschen Technikmuseums Berlin (www.dtmb.de) zurück.



Schon zum zweiten Mal hat das Museum einen Wettbewerbs mit Berliner Schulen zum Thema „Museum - Schule - Computer“ initiiert. Schulklassen bekommen hier Gelegenheit sich im Museum umzusehen und ihren eigenen Wünschen nach Teile der Sammlung multimedial zu präsentieren. Die preisgekrönten Ergebnisse wurde einerseits als CD-ROM-Produkt herausgegeben, können aber auch unter dem Menüpunkt „webmuseum“ im Internet eingesehen werden.



Die Abteilung „Spectrum“ des Museums wird, wegen ihres experimentellen Anteils, viel von Schulen oder Eltern mit Kindern besucht. In 250 Experimenten können Museumsbesucher ihre eigenen Erfahrungen machen und Rückschlüsse auf die Funktionsweisen von Dingen ziehen, die unseren Alltag umgeben. Gleichsam als Werbung für diese Abteilung bietet die Internetseite zum „Spectrum“ schon zwei Web-Experimente an. So kann man sich näher mit der Funktionsweise von Orgelpfeifen beschäftigen und einen akustischen Eindruck gewinnen. In einem weiteren Versuch bietet das Museum, das „Malen mit Tönen“ an. Neben Variationen zu bekannten Melodien, die der Nutzer selbst komponiert bzw. verfremdet, ist es ihm auch möglich, mit Farben zu komponieren.



Das Weltkulturerbe Völklinger Hütte (www.voeklingerhuette.de) im Saarland ist ebenfalls ein technisches Museum, das in einer Internetdarstellung mit verschiedenen Medien präsentiert wurde. Zum Zeitpunkt des Vortrags wurde die Völklinger Hütte über Seiten der Universität Saarbrücken vorgestellt. Mittlerweile hat sie eine eigene Homepage, die auf die unten dargestellten Medien verzichtet.



Zum Zeitpunkt des Vortrags war es u.a. möglich sich Mundart-Gedichte anzuhören und auch die abgebildeten Gebläsemaschinen virtuell von allen Seiten in ihrer Funktion anzusehen. Dies ist vor allem für technisch Interessierte reizvoll, denn selbst bei einem Besuch der Völklinger Hütte wird die Funktion dieser Maschinen nur eingeschränkt erfahrbar sein.

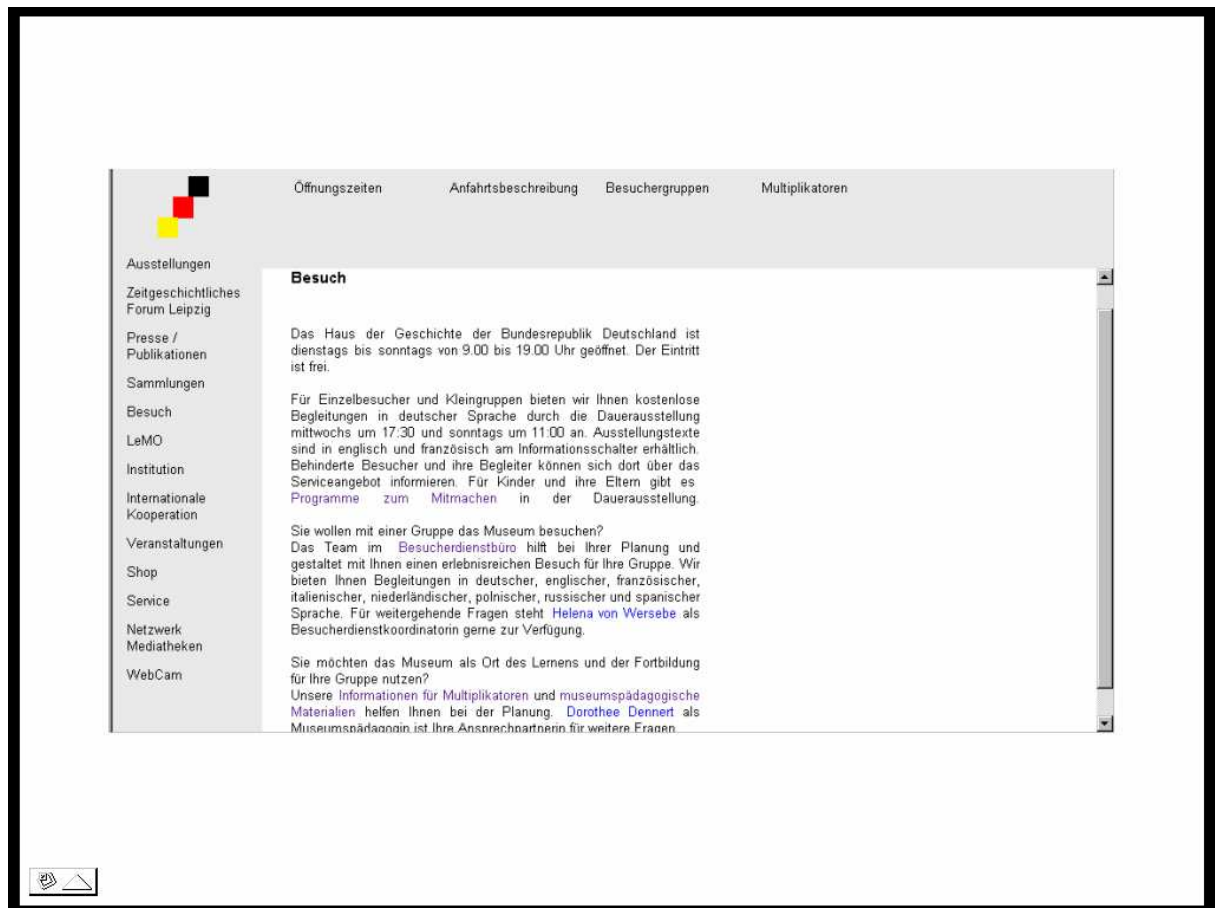


Zum Beispiel ein Historisches Museum

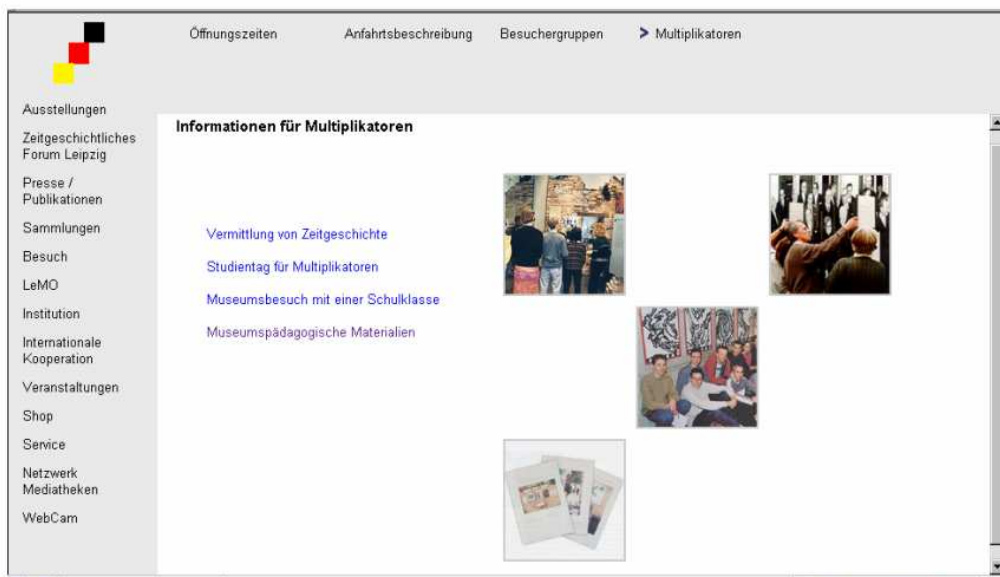
Die Internetpräsentation des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (www.hdg.de) ist ausgesprochen umfangreich und informativ. Neben den obligatorischen Angaben werden z.B. eine Sammlungsdatenbank, virtuelle Rundgänge durch die Dauerausstellung, online-Ausstellungen, der Museumsshop etc. angeboten.



In aller Ausführlichkeit kann man sich unter der Rubrik „Besuch“ über die Modalitäten informieren und den Besuch vorbereiten. Das gilt für die Rahmenbedingungen wie Öffnungszeiten, Adresse etc. genauso wie für das angebotene Programme oder Ansprechpartner. Da die Sammlung des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland gerade für den Schulunterricht einiges zu bieten hat, gehören Schüler in Schulklassen nicht nur zu den ständigen Besuchergruppen des Museums, sie werden auch speziell betreut.

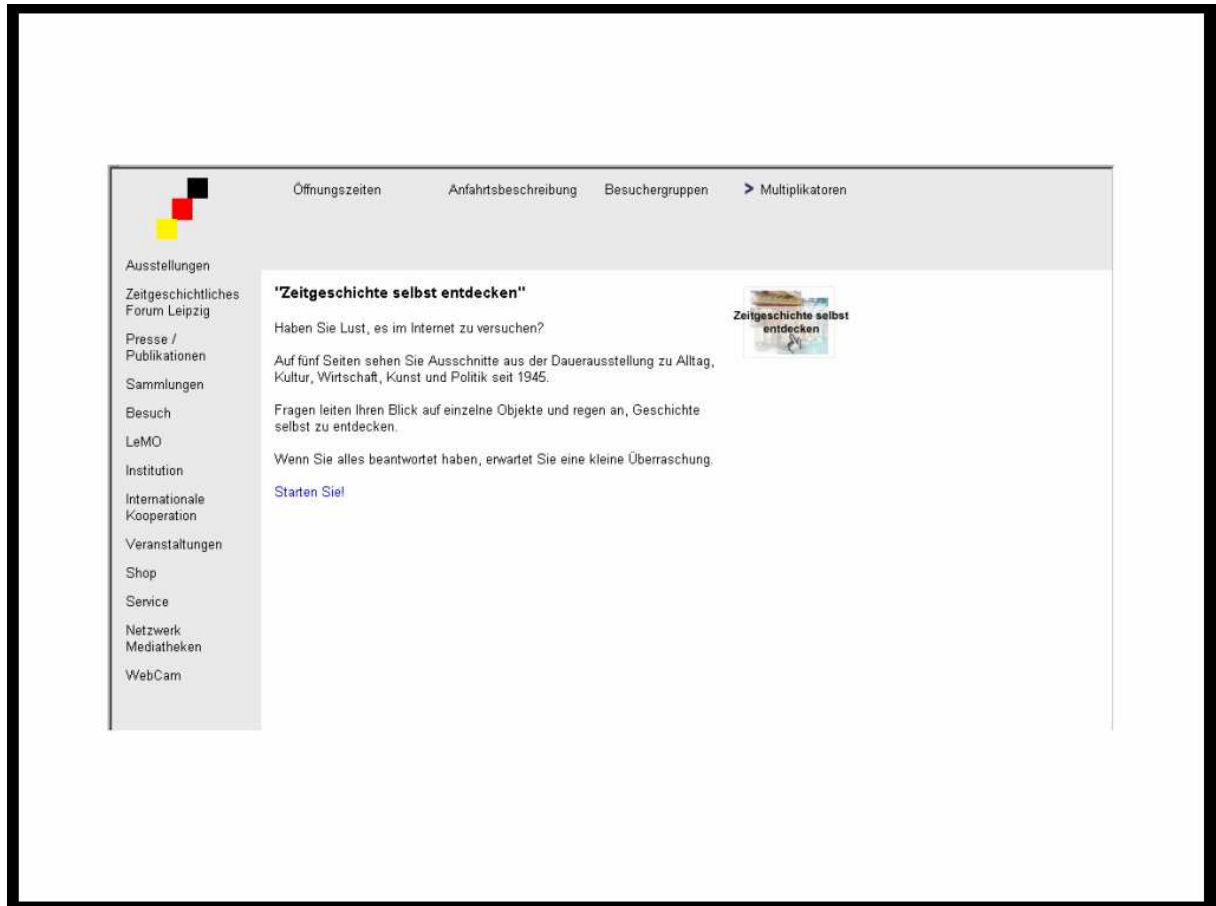


Unter der Rubrik „Information für Multiplikatoren“ können Lehrer sich selber inhaltlich auf den Besuch vorbereiten, aber auch die Organisation Gruppenbesuch vorbereiten.

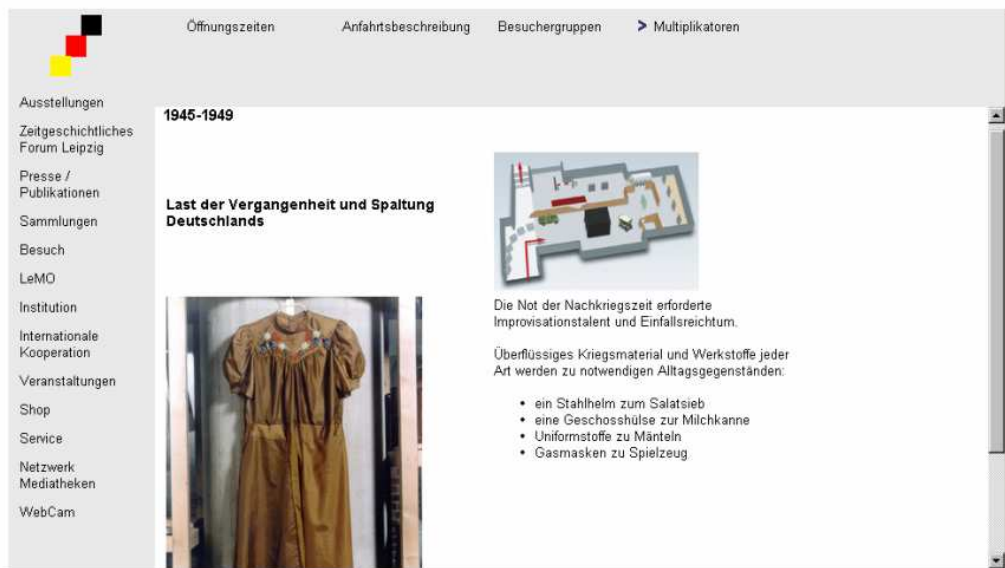


Das Untermenü „Museumsbesuch mit einer Schulklasse“ klärt vorab die FAQ's, so daß weder Lehrer noch Museumpädagogen immer wieder dieselben Fragen stellen und beantworten müssen.

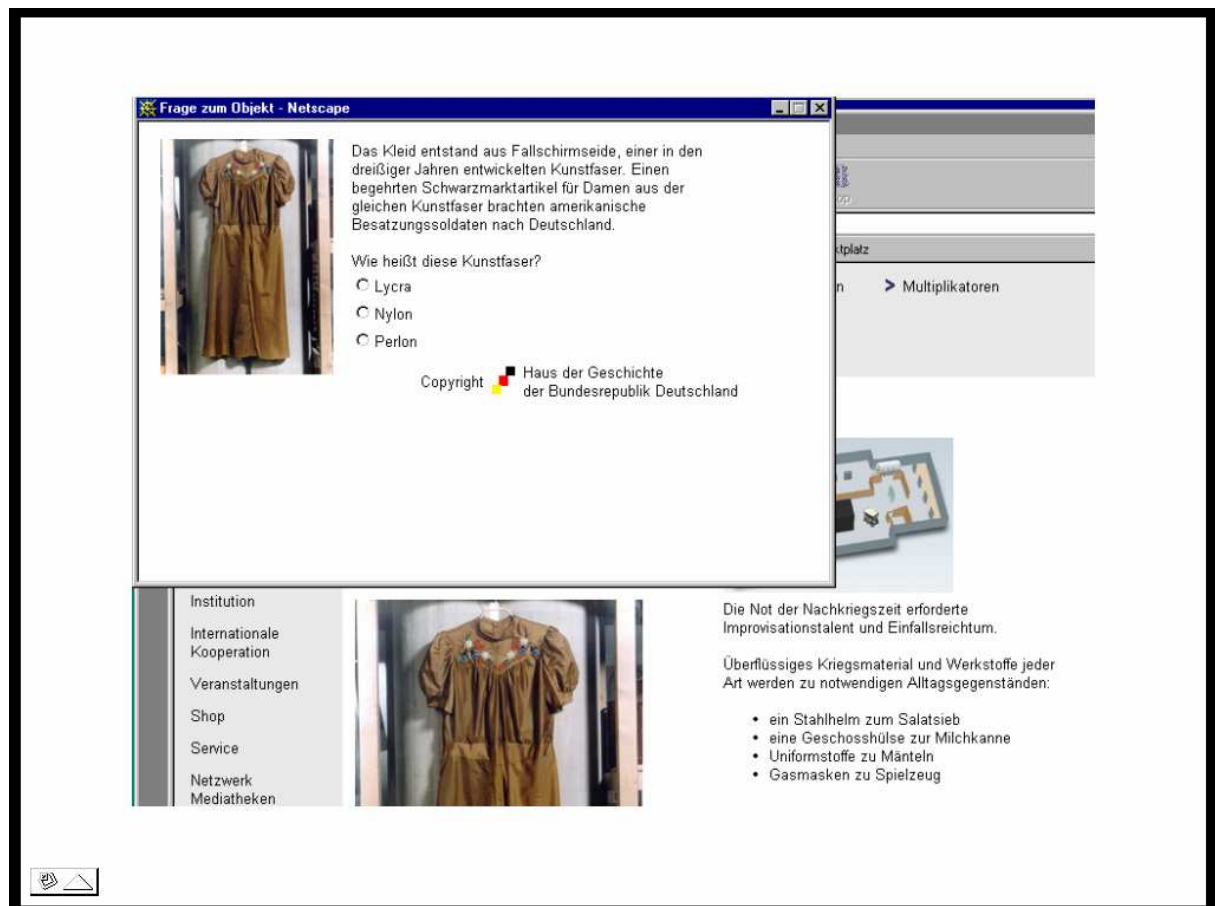




Zu den Angeboten auf den Internetseiten des Haus der Geschichte gehört ein Quiz mit ausgewählten Themen der ständigen Ausstellung. Dieses Spiel ist als Vorbereitung auf den Museumsbesuch gedacht und endet bei erfolgreichem Abschluß mit einem Gewinn. Da der Eintritt zum Museum eh gratis ist, besteht „die kleine Überraschung“ aus Zusatzmaterialien, die man sich beim Besuch abholen kann.



Dabei sind die Themen spannend gewählt und auch lösbar. Gleichzeitig wird man über eine Skizze der Ausstellungsräumlichkeiten auf den Standort des jeweiligen Exponats hingewiesen.



Leider ist den Gestaltern des Spiels eine Kleinigkeit entgangen: wer eine falsche Antwort gibt, bekommt keine Richtigtstellung.

Zum Beispiel zwei Naturkundemuseen

Das Staatliche Naturhistorische Museum Braunschweig (www.naturhistorisches-museum.de) arbeitet mit dem Menüpunkt „Museumspädagogik“ indem die Aktivitäten des Hauses vorgestellt werden



Neben einer allgemeinen Einführung ist gerade das inhaltliche Angebot für Schulklassen so aufgeschlüsselt, daß den Lehrern je nach Klassenstufe entscheiden können. Die Auswahl, die mit Unterrichtsinhalten abgestimmt ist, sollte den Lehrern hier leichter gemacht werden.

Außerdem sollte auch noch auf die Kinderseiten hingewiesen werden, die auf der Homepage einen Extra-Menüpunkt darstellen. Ebenso werden auf der Homepage die virtuellen Türen zum Depot geöffnet, was mit einem reizvollen Blick in Regale und Schubladen verbunden ist.

	das Gesichtsfeld von Jäger und Gejagtem das Verhältnis von Jägern zu Gejagten (Präparate, Film)
ab 4. Schuljahr Dauer ca. 60 Min	Was Zähne erzählen Aufbau und Arbeitsweise verschiedener Säugergebisse (Bisam; Reh, Katze, Wildschwein) Zusammenhang zwischen Gebiss, Ernährungs- und Lebensweise (Zahnmodelle, Schädel, Arbeitsbogen)
ab 4. Schuljahr Dauer ca. 60 Min	Bienen und Wespen Baumaterialien und Mundwerkzeuge untersuchen Bau und Funktion von Bienen- und Wespennest Vorteile des Sechseckbaus der Zellen (Bienenbeobachtungsstock, Wespennest, Präparate, Zellenbaukasten)
ab 5. Schuljahr Dauer ca. 60-90 Min	Körperformen der Fische Fische in den Schauaquarien beobachten Zusammenhang zwischen Verhalten, Körperformen und Lebensräumen der Fische erörtern (Schauaquarien, Beobachtungsbogen, Modell)
ab 5. Schuljahr Dauer ca. 60-90 Min	Wie Fische schwimmen Fische in den Schauaquarien beobachten Zusammenhang zwischen Körperform, Lebensweise und Fortbewegung erörtern (Schauaquarien, Beobachtungsbogen)
ab 8. Schuljahr Dauer ca. 60 Min	Vom Reptil zum Vogel Fossilabguss des Archaeopteryx, Vogel- und Reptilskelett werden auf gemeinsame und unterschiedliche Merkmale hin untersucht War Archaeopteryx noch Reptil oder schon Vogel? Wie gut konnte er fliegen? (Abgüsse, Skelette, Zeichnungen, Ausstellung)

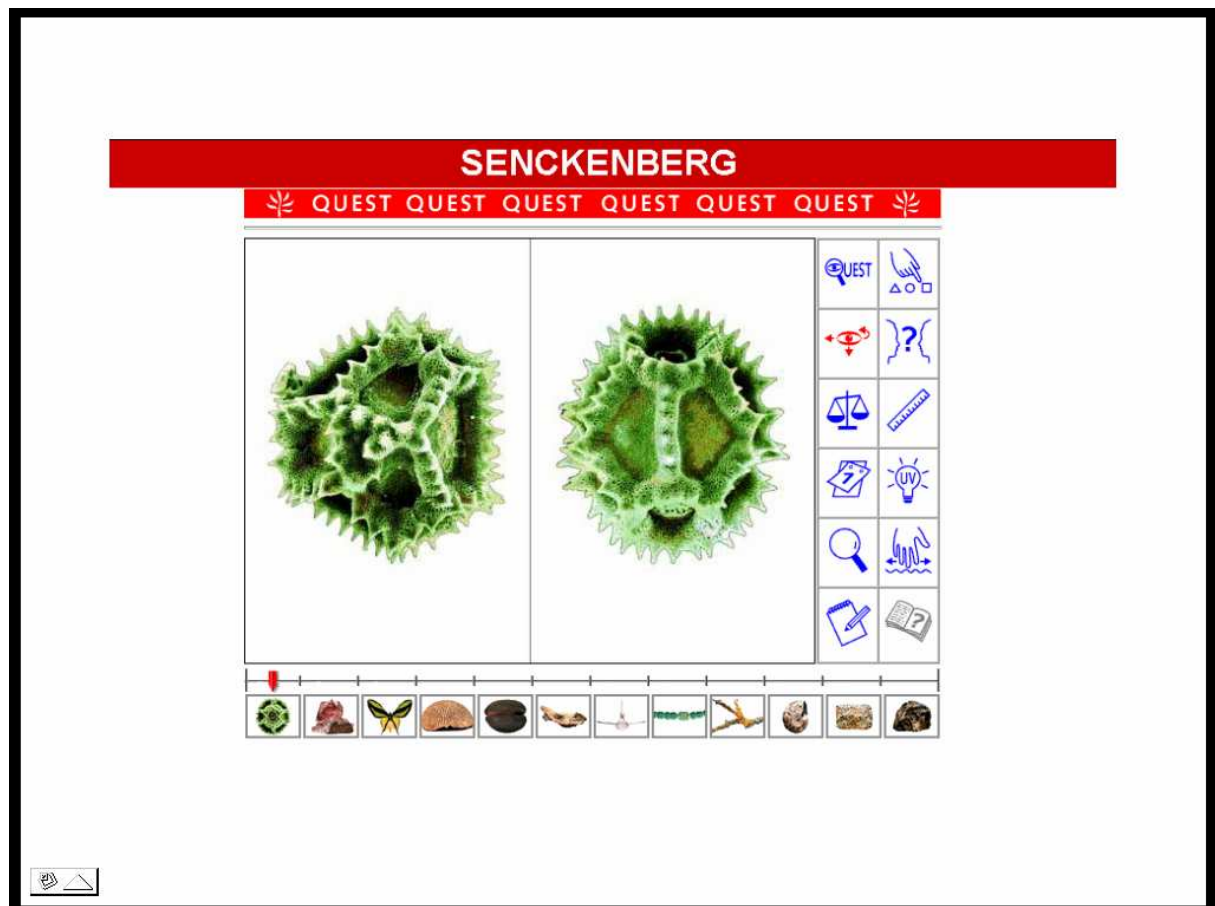
Für das Senckenberg Museum in Frankfurt a.M. hat seit einigen Jahren schon der hausinterne Museumspädagoge die Gestaltung der Internet-Seiten übernommen. Vielleicht liegt es daran, daß sich auf diesen Seiten unter dem Menüpunkt „Museumspädagogik“, neben allen anderen Informationen, eine ganze Reihe von Spielen, z.B. Puzzle, finden lassen.



Dazu gehört unter anderem auch „quest“. Dieses „Entdecker“-Spiel wurde vom Natural History Museum in London entwickelt und auf verschiedenen Homepages anderer europäischer Naturkundemuseen platziert. Voraussetzung dafür war die Mehrsprachigkeit und so kann man vor Beginn der Erforschung der Seiten zwischen fünf Sprachen auswählen.



Bei „quest“ gilt es, sich eines von zehn Objekten, die Exponat eines Naturkundemuseums sein können, auszuwählen und zu erforschen. Was es alles zu erforschen gibt, ist mit grafischen Symbolen am rechten Rand, neben den Objekten zu sehen.



Zur Verdeutlichung des gesamten Spiels gibt es eine ausführliche, aber keineswegs opulente Erklärungsseite. Unter dem Stichwort Kommentare können Nutzer der Seiten, ihre persönlichen Eindrücke niederschreiben und dabei auch in Kommunikation mit anderen Seiten-Nutzern über die einzelnen Objekte treten. Diese Möglichkeit wird genutzt und es waren durchaus Kinder, die sich dort austauschten.

SENCKENBERG

QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST

Deine Mission...

- Du bist ein Wissenschaftler beim Naturkundemuseum
- Untersuche die erstaunlichsten Gegenstände, und finde alles über sie heraus
- Veröffentliche Deine Ideen, damit andere Leute sie mit Dir teilen können

Du kannst...

ihn von verschiedenen Seiten betrachten

herausfinden, wieviel er wiegt

ihn messen

herausfinden, wie er sich wohl anfühlt

ihn mit ultraviolettem Licht bestrahlen

einen Wissenschaftler zu dem Gegenstand befragen

herausfinden, wie alt er ist

mehr über ihn herausfinden

Dir Notizen machen, und lesen, was andere Leute gesagt haben

einen anderen Gegenstand auswählen

Dir Sachen von ganz nah ansehen

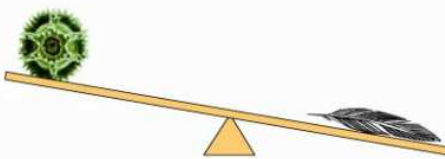
Was können Schüler lernen?
Warum QUEST?
Was ist SIMILE?
Kommentare

Dabei wurde in der Darstellung der einzelnen Objekte Wert darauf gelegt, daß die Untersuchungsergebnisse, so fühlbar wie möglich sind. So wurde z.B. das Gewicht der einzelnen Objekte nicht nur durch die Angabe einer Grammzahl o.ä. benannt, sondern durch die Darstellung einer Waage mit „Gegengewicht“ die Relation fühlbar hergestellt.

SENCKENBERG

QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST

Feder	Walnuß	Ei	Melone	Hund	Mensch	Pferd
						
















QUEST 

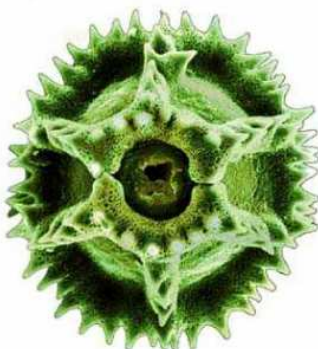
 

SENCKENBERG

QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST QUEST
















QUEST 

Senckenberg Senckenberganlage 25 D- 60325 Frankfurt am Main

 - Prehn - „Streber oder Nachsitzer? – Museumspädagogik im Internet“ - Seite 41 von 42

Fazit

Es ist ein erfreuliches Ergebnis der Recherche, daß, wenn Museen sich im Internet vorstellen, auch die Abteilung „Museumspädagogik“ – wenn vorhanden - zu den Inhalten einer Homepage gehört. Die Gestaltung und auch der Ausbau der entsprechenden Seiten ist allerdings sehr individuell. Nicht immer spiegeln sich auf den Internetseiten das Programm und der Veranstaltungskatalog wider. Für potentielle Museumsbesucher, insbesondere für Multiplikatoren, ist gerade die Homepage die erste Informationsquelle, wenn ein Besuch organisiert werden soll. Zumindest eine Darstellung von möglichen Angeboten und Veranstaltungen, dem Namen eines Ansprechpartners mit dazugehöriger Telefonnummer sollte zur weiteren Information vorhanden sein.

Den Museen bietet sich mit dem Internet die Möglichkeit, ihre Inhalte auch denjenigen vorzustellen, die z.B. durch räumliche Entfernung nicht persönlich ins Museum kommen können. Gerade hier liegt eine Chance für die Vermittlung. Allerdings muß man zur Zeit noch Angeboten dieser Art, die sich ausgefallen und mutig über das Internet präsentieren, suchen. Sicherlich haben große Museen mit entsprechender personeller und finanzieller Ausstattung im Moment noch die besseren Chancen hier ein Angebot zu machen. Anregungen kann man sich dabei nicht bei einigen Beispielen aus der deutschen Museumslandschaft holen. Als Hinweis sei auf den Menüpunkt „education“ einiger großer Londoner Museen verwiesen. Mit dem Angebot, das z.B. das Natural History Museum oder das British Museum auf ihren Seiten machen, lassen sich gut ein paar Stunden verbringen. Internetseiten können nicht nur den Lehrern die Organisation eines Museumsbesuchs erleichtern, sie können auch den Schulalltag unterstützen. Methodenvielfalt bereichert den Unterricht und Schüler sind über die Computernutzung zu motivieren. Es lohnt es sicherlich auch für deutsche Museen der Phantasie noch ein bißchen freieren Lauf zu lassen.

Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung, am 23./24. Mai 2002 im Medienzentrum Rheinland, Düsseldorf.

Die Tagung wurde veranstaltet durch das
Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

