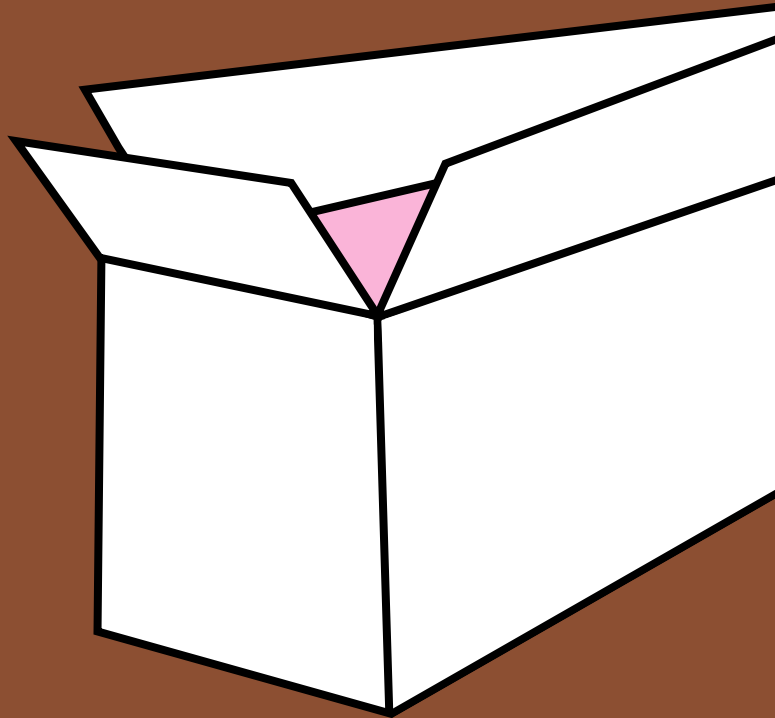


Herausgegeben von Kuverum

Lernen mit Kunst. Blick nach London



 **HIER + JETZT** |



Lernen mit Kunst. Blick nach London

Herausgegeben von Kuverum, Lehrgang Kulturvermittlung
2009 hier + jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte, Baden

Seite	5	Vorwort
	6	Vorbild England
	10	4 Strategien
	11	Kunsthalle als Atelier Camden Arts Center
	13	Kunstvermittlung mit sozialer Verantwortung Whitechapel Gallery
	18	Für junges Publikum Serpentine Gallery
	22	Zwischen Wahrnehmen und Wissen Courtauld Institute Gallery
	26	Kopiervorlagen Ideenspeicher London
	33	Eindrücke aus London Eine Bildgeschichte
	46	Fundamente
	47	Forschungsergebnisse aus England
	50	Forschungssituation in der Schweiz / Carmen Mörsch
	52	Fach Austausch in England. Bewährte Vernetzung
	54	Von Punkt zu Punkt. Ein Netzwerk im Aufschwung / Kristen Erdmann und Nicole Grieve
	57	Kulturvermittlung in Grossbritannien / Chantal Schleiffer
	59	Kulturförderung in der Schweiz. Die Akteure
	61	Kunst für alle? / Marianne Burki
	63	«It's beautiful, isn't it?» Beobachtungen in den Londoner Museen / Dorothee Messmer
	69	Service
	69	Alphabet der Vermittlung. Inspiriert von London
	74	Autorinnen
	75	Adressen in England und in der Schweiz
	76	Kuverum. Der Lehrgang
	80	Impressum

Vorwort

Ist die Kunstvermittlung in England besser, moderner, anders? Mit dieser Frage reiste eine Gruppe von Vermittlerinnen nach London, um vor Ort Methoden und Sichtweisen kennen zu lernen. Die Fachkolleginnen empfingen die Besucherinnen mit offenen Türen und teilten ihre Erfahrungen gerne. «The exchange of ideas is thrilling», meint die Vermittlerin Henrietta Hine von der Courtauld Gallery, und am faszinierendsten ist der Austausch über Grenzen hinweg.

Wir haben selbstbewusste Vermittlerinnen kennen gelernt, die sich des Stellenwerts ihrer Arbeit bewusst sind. Sie bringen auf engagierte und ideenreiche Art die verschiedensten Gruppen in die Museen. Sie beteiligen Kunstschaaffende an der Vermittlung, und alle Seiten profitieren von der Zusammenarbeit. Partizipation schafft Zugang zur Kunst.

Was ist neu für die Schweiz? Ähnliche Ansätze sind auch hier zu finden. Doch der Blick auf die Kunstvermittlung in London rückt Unterschiede und Entwicklungsmöglichkeiten ins Licht. Der Bonus des Fremden schärft den Blick. Wohl unterscheiden sich die Rahmenbedingungen: In England sind die Museen, die Schulen und Familien anders. Dennoch ist die Arbeit, welche da geleistet wird, eine Inspiration für die Vermittlung in der Schweiz. Die vorliegende Broschüre möchte die so selbstbewusst präsentierten Vermittlungsideen aus London dem Fachpublikum im deutschsprachigen Raum vorstellen. Und ganz im Sinne von Henrietta Hine möchten auch wir Ideen austauschen und dadurch neue Vermittlungsansätze entwickeln. Ebenfalls gehen wir davon aus, dass diese Publikation die Vermittler/innen in ihrer Position bestärkt, indem sie ihnen Argumente für ihre Arbeit liefert.

In Kunstmuseen und Kunsthallen haben wir Vorgehensweisen entdeckt, die auf weitere Kultursparten oder Museumstypen übertragen werden können. Beispiele aus London warten darauf, lustvoll und findig auf die Situation in der Schweiz angepasst und umgesetzt zu werden. Die Impulse aus London sollen hier weiterklingen und die Kunstvermittlung inspirieren.

Wir danken den englischen Kolleginnen für den offenen Austausch und der Kulturstiftung Pro Helvetia, welche die Studiengruppe Kuverum (Kunstvermittlung / Museumspädagogik) für diesen Austausch im August 2008 unterstützt hat. Den Autorinnen und den Studierenden danke ich für die wichtigen Reflexionen zur Vermittlung in London und in der Schweiz.

Franziska Dürr

Vorbild England

Der Mensch lernt im Museum auf eine andere Art als in der Schule. Englische Forschungsergebnisse belegen, dass durch die Auseinandersetzung mit Kunst und die direkte Begegnung mit Kunstschaffenden das gesamte Lernverhalten positiv beeinflusst wird. Menschen jeder Altersschicht lernen im Dialog über Kunst und im eigenen, kreativen Schaffen, andere Positionen wahrzunehmen und zu respektieren. Das Kommunikationsverhalten und kreative Ansätze zu Problemlösungen werden gefördert. England blickt in der Kunstvermittlung auf eine lange Tradition zurück und bietet inspirierende Ansätze für die weitere Entwicklung der Vermittlungsarbeit in der Schweiz.

Für die breite Öffentlichkeit

Museen sind für die Menschen da und die Kunstvermittlung ist dafür verantwortlich, dass auch auf inhaltlicher Ebene die Türen offen stehen. Das British Museum, das älteste Museum Englands, verdankt seine Entstehung dem aufklärerischen Gedankengut seines Stifters. Sir Hans Sloane (1660–1753) bestand darauf, dass seine Sammlung von über 71 000 Objekten und Büchern für immer öffentlich gemacht wird und gratis zugänglich ist. Diesem Beispiel folgen die meisten englischen Museen bis heute. Daraus ergibt sich, dass die Kunstvermittlung in diesen Institutionen nicht dafür zuständig ist, das Publikum ins Museum zu holen: Denn dieses kommt von alleine. Vielmehr arbeitet die Kunstvermittlung Hand in Hand mit den Kuratoren zusammen, um einen vertieften Zugang zu den Ausstellungen zu schaffen und Hemmschwellen gegenüber der Kunst abzubauen.

Die Schweiz prägt eine andere historische Vorgeschichte. Dennoch möchten wir anhand einiger Beispiele der Vermittlungsarbeit in London analysieren, wie sich Kulturvermittlung gestaltet, wenn Museen Häuser für die breite Öffentlichkeit sind.

Kunstvermittlung soll vernetzen

Kuverum hat die Verantwortlichen der *learning departments* von vier verschiedenen Kunstmuseen besucht: Whitechapel Gallery, Camden Arts Centre, Serpentine Gallery und Courtauld Gallery. Die vier Kulturvermittlerinnen, die wir kennen gelernt haben, sind Managerinnen. Sie sind die Schnittstelle zwischen Museum und Schulen, Besuchern, Familien und Gästen, die für Vorträge, Kurse oder Filmvorführungen kommen, sowie auch zwischen Museum, Medien und Geldgebern. Für Veranstaltungen arbeiten sie alle mit einem ganzen Team von Vermittler/innen und Kunstschaffenden zusammen, die jeweils die Besuche gemeinsam gestalten. Dabei wird der Zugang zur ausgestellten Kunst über den kreativen Prozess der anwesenden und in der Vermittlung tätigen Künstler/innen geschaffen. Das heisst: Die Kunstwerke werden nicht durch Arbeitsblätter und in Vorträgen erklärt, sondern anhand eines künstlerischen Mediums – also zeichnend, filmend, gestaltend – erforscht. Die Teilnehmenden werden dabei nicht nur mit der Ausstellung und dem Haus vertraut, sondern sie lernen einen Kunstschaffenden persönlich kennen, können sich mit diesem Berufsbild auseinandersetzen und haben Gelegenheit, im eigenen gestalterischen Tun das Gesehene zu vertiefen. Wir finden es lohnenswert, auch in der Schweiz Kunstschaffende verstärkt in die Vermittlung einzubeziehen. Die Position der Kunstvermittlung wird durch die Zusammenarbeit mit Kunstschaffenden nur gestärkt, können doch beide Seiten aus dem vollen Reichtum ihrer jeweiligen Erfahrungen und Arbeitsprozesse schöpfen.

Die Vermittlungsarbeit geht dabei weit über das Museum hinaus. Viele englische Museen unterhalten langfristig angelegte Zusammenarbeiten mit Schulen, Heimen und weiteren Institutionen, um nicht nur an zum Teil schnell wechselnde Ausstellungen gebunden zu sein. Das Zauberwort heisst «vernetzen», und der Auftrag ist klar: Die Institutionen und deren Kunst zugänglich machen, und zwar wo und wie auch immer dies möglich ist.

Rahmenbedingungen für erfolgreiche Vermittlung

Dass die Kunstvermittlung in England eine so prominente Stellung einnehmen kann, dass etwa das Grossraumbüro der Vermittlung in der Tate Modern sich gleich neben demjenigen des Museums-Direktors befindet, wird auch von folgenden Umständen begünstigt: Ein vom Staat gefördertes, dreijähriges Forschungsprogramm über den Lernort Museum belegt, dass der Mensch im Museum auf andere Art lernt als in der Schule. Die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur beeinflusst auch das restliche Lernverhalten positiv und wirkt über das Fachgebiet hinaus (Seite 47). Der Artikel von Carmen Mörsch, Leiterin des Forschungsinstituts für ästhetische Bildung und Vermittlung an der Hochschule der Künste in Zürich, vertieft dieses Thema (Seite 50).

Weiter ist die gute Vernetzung der Vermittler/innen untereinander zu erwähnen. Dem Berufsverband *engage* kommt dabei eine wesentliche Rolle zu. Kristen Erdmann und Nicole Grieve, Co-Präsidentinnen von *Mediamus*, dem Schweizer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum und in verwandten Feldern, stellen den Verband, seine Ziele, Angebote und Herausforderungen für die Zukunft vor (Seite 54). Zum Abschluss berichtet Dorothee Messmer, Präsidentin des Verbandes der Museen der Schweiz, darüber, wie in Grossbritannien die Museen eine andere Rolle spielen und das Publikum die Museen anders nutzt als in der Schweiz. Dorothee Messmer weilte 2009 mit einem Stipendium von Landis & Gyr in London (Seite 64).

Als Drittes ist die gute Vernetzung der Vermittler/innen untereinander zu erwähnen. Dem Berufsverband *engage* kommt dabei eine wesentliche Rolle zu. Kristen Erdmann und Nicole Grieve, Co-Präsidentinnen von *Mediamus*, dem Schweizer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum und in verwandten Feldern, stellen den Verband, seine Ziele, Angebote und Herausforderungen für die Zukunft vor (Seite 54).

Better Citizens – nichts weniger als das!

So muss sich in Zukunft auch die Kunstvermittlung in der Schweiz breit vernetzen. Raum und Personal zur Vermittlung von Kultur sollen ebenso selbstverständlich sein, wie das Ausstellungswesen. Denn so wie sich die Museen zugänglich machen, indem sie rollstuhlgängig sind oder die Öff-

nungszeiten für Berufstätige anpassen, so soll auch jeder Besuchende auf Wunsch Unterstützung in der Auseinandersetzung mit den Inhalten erhalten. Das «Wie» ist dabei wesentlich. Denn das Ziel der Kunstvermittlung muss sein, was die Studie *enquire* erkannt hat: «Die Zusammenarbeit mit Kunstschaaffenden ausserhalb des Schul-Kontextes ermutigt junge Menschen dazu, verantwortungsvollere Individuen zu werden ...»

Die Aufgabe der Vermittlung ist somit nicht, die Schule ins Museum zu verlegen, sondern einen grundsätzlich anderen Rahmen für Lernerfahrungen bereitzustellen. In der Auseinandersetzung mit Kunst, Kunstschaaffenden und ihrer eigenen Kreativität lernen nicht nur Kinder und Jugendliche sich selbst besser kennen. Auch Erwachsene eignen sich dabei Schlüsselkompetenzen an, die sich über den privaten Raum hinaus auf unser aller Zusammenleben auswirken. Dazu gehören eine wachsende Toleranz gegenüber Andersdenkenden, die Fähigkeit, Unklarheit besser auszuhalten, eine verfeinerte Kommunikation sowie Lust, zu experimentieren, vorgeprägte Gesellschaftsmuster zu hinterfragen und aus festgefahrenen Gedankengängen auszubrechen.

Nach einer Woche auf den Spuren der Vermittlungsarbeit in London beginnen wir zu verstehen, wie es möglich ist, dass der kreative Sektor die grösste Exportbranche Grossbritanniens darstellt. Dass in der Schweiz Ähnliches möglich ist, davon sind wir überzeugt.

Jeannine Hangartner

Mitarbeit Michèle Dercourt, Sarah Merten, Beatriz Würsch

4 Strategien

Die stärkste Exportbranche Englands ist der kreative Sektor. Das kommt nicht von ungefähr. Von klein auf erhalten Kinder und Jugendliche die Möglichkeit, Kunst hautnah zu erleben. In den Galleries, auf Deutsch «Kunsthallen», arbeiten Kunstschaffende Seite an Seite mit dem Vermittlungspersonal. Die Verantwortlichen der «Learning Departments» managen, organisieren und evaluieren die Programme und nehmen in ihren Häusern Schlüsselpositionen ein. In den nachfolgend vorgestellten vier Kunsthallen in London wird Kunstvermittlung beispielhaft praktiziert.

Camden Arts Centre Kunsthalle als Atelier

Das Camden Arts Centre verfolgt ein klares Ziel: die ausgestellte Kunst den Gästen mittels persönlicher, gestalterischer Tätigkeit vor Ort zugänglich zu machen. Kunstverständnis geht durch die gestaltende Hand. In Zusammenarbeit mit Kunstvermittler/innen bringen *Artists in Residence* (Kunstschaffende, die im Camden Arts Centre Atelierplätze nutzen) den Teilnehmenden eines Workshops zeitgenössische Kunst näher. Dies ermöglicht Interessierten einen erweiterten Zugang und macht die Arbeitsprozesse der Kunstschaffenden nachvollziehbar.

Fokus: zeitgenössische Kunst

Das Camden Arts Centre zeigt zeitgenössische Kunst. Im Verlauf eines Jahres werden in fünf Ausstellungen Werke von acht nationalen und internationalen, etablierten Künstler/innen gezeigt. Das Camden Arts Centre hat keine eigene Sammlung.

Kunstverständnis geht durch die Hand

Überzeugt davon, dass durch den persönlichen Schaffensprozess Zugang zu zeitgenössischer Kunst gefunden wird, legt das Camden Arts Centre grossen Wert auf die Kunstvermittlung mittels eines gestalterischen Arbeitsprozesses. Kunstverständnis geht durch die Hand. In Camden wirkt ein Team aus Künstler/innen und Kunstvermittler/innen. Dieses zeigt Techniken, Ideen und Entstehungsprozesse der ausgestellten Werke auf und macht sie transparent. In drei Ateliers wird direkt neben den Ausstellungsräumen gearbeitet. Die Infrastruktur, die grosszügigen Atelierräume und deren Lage im Haus zeigen den hohen Stellenwert, den Camden der Kunstvermittlung zuschreibt.

Artists in Residence

Die Institution fungiert gleichzeitig als Plattform für junge, meist noch wenig bekannte Künstler/innen und bietet diesen, während bis zu

einem Jahr Atelierplätze. Eingeladene Kunstschaaffende sollen mit ihrem Werk die aktuelle Ausstellung ergänzen. Während ihres Aufenthaltes setzen sich diese *Artists in Residence* mit den ausgestellten Arbeiten auseinander und verfolgen gleichzeitig ihr eigenes Werk. Camden verspricht sich davon gegenseitige Inspiration. Diese Ateliers der Kunstschaaffenden sind offen für interessierte Besuchende, denn diese sollen am aktuellen Schaffensprozess teilhaben können. Der Öffentlichkeit bieten sich zudem regelmässig Möglichkeiten, mit den *Artists in Residence* in Künstlergesprächen in Kontakt zu kommen.

Künstler/innen im Team der Kunstvermittlung

Zur Aufgabe der *Artists in Residence* gehört die Mitarbeit in der Kunstvermittlung. Die Kunstschaaffenden kennen und betreiben das Handwerk der ausgestellten Kunst selber. Sie stellen die ideale Ergänzung zu den Kunstvermittler/innen dar. Ziele und Methodik der Workshops werden gemeinsam erarbeitet und ausgeführt. Die gewählten Arbeitstechniken werden als Ausdrucksmittel erkennbar gemacht und genutzt. Der Besuch in der Ausstellung, das Nachdenken und Diskutieren über die Werke und das eigene Gestalten schärfen die Wahrnehmung. Die Ergebnisse der Workshops werden in der Gallery gezeigt, was eine Interaktion mit den Besucher/innen der Kunstaussstellung, also einen erneuten Gedankenaustausch, ermöglicht.

Im Zentrum des Workshops

Kunstvermittlung ist immer auch ein Wagnis: Die Vermittler/innen haben die Aufgabe, die Teilnehmenden an die ausgestellten Werke von Künstler/innen heranzuführen. Durch die Mitarbeit der *Artists in Residence* im Team kommt auch deren Arbeitsweise und Interesse mit ins Spiel. Dies ist eine grosse Bereicherung. Dabei ist es eine Herausforderung, den Fokus auf die ausgestellten Werke nicht zu verlieren.

Künstlerische Ausdrucksmittel kennen lernen

Etwas tun und dabei etwas lernen – nach diesem Leitgedanken bietet das Camden Arts Centre noch weitere gestalterische Angebote für Kinder ab fünf Jahren, Jugendliche und Erwachsene an. Im Mittelpunkt steht hier vorwiegend das künstlerische Ausdrucksmittel. *Artists in Residence* sowie mehrere heimische Kunstschaaffende leiten diverse Kunstworkshops mit dem Ziel, dass interessierte Menschen künstlerische Techniken kennen und nutzen lernen. Dafür stehen ein hauseigenes Keramikstudio und drei Ateliers zur Verfügung. Der direkte Bezug zur Ausstellung steht hier nicht im Vordergrund.

Irma Thürig

„Die Wahrnehmungen und gestalterischen Umsetzungen aller Besuchenden stehen ungewertet nebeneinander. Das macht Mut, sich auszudrücken.“

Kate Squires, schoolcommunity coordinator

Import(ant)

Das Kunstverständnis durch eigenes Gestalten schärfen
Künstlerateliers in Kunsthallen anbieten
Künstlerische Prozesse nachvollziehbar machen
Gestaltungskurse in Kunsthallen durchführen

Whitechapel Gallery

Kunstvermittlung mit sozialer Verantwortung

Die Lage der Whitechapel Gallery ist ausschlaggebend für ihre Ansätze in der Vermittlung: Im Immigrantenviertel East End sind die Strassen auch auf Bengali angeschrieben. Die Gallery mittendrin leistet seit über 100 Jahren einen wichtigen Beitrag zur Integration der unterschiedlichsten Gemeinschaften. Gleichzeitig machen die dort lebenden Kunstschaffenden East End zu einem pulsierenden Ort für zeitgenössische Kunst. Die Whitechapel Gallery geht auf die Strasse, zu den Menschen, zu den Schulklassen. Langfristige Projekte führen zu Verbindungen zwischen lokalen Kunstschaffenden und Partnerschulen.

Kunstschaffende an die Schulen

Creative connections heisst ein Vermittlungsprogramm der Whitechapel Gallery, von dem innert sechs Jahren bereits 2000 Kinder und deren Eltern profitiert haben. Für ein Jahr erhalten vier Künstler/innen die Gelegenheit, an einer lokalen Partnerschule zu wirken. Die Kunstschaffenden arbeiten in der Schule mit den Jugendlichen zusammen und verfolgen gleichzeitig ein eigenes gestalterisches Projekt. Die aus der Zusammenarbeit hervorgehenden Werke werden am Ende des Schuljahres in einer Ausstellung präsentiert. Für dieses hochwertige Programm müssen sich sowohl die Schule als auch die Kunstschaffenden bewerben. Die Aufgabe der Vermittlung ist es, sorgfältig abzuwägen, welche Zusammenarbeiten die fruchtbarsten sind. Die wichtigste Anforderung an die Schulen und die Kunstschaffenden ist die Bereitschaft, sich mit dem Projekt als Vermittlungsauftrag zu identifizieren und Engagement zu zeigen.

Parallel dazu realisiert die Whitechapel in den Grundschulen Vermittlungsprojekte; deren Zeitdauer konzentriert sich jedoch auf eine Woche. Daran sind neben Kunstschaffenden auch Historiker/innen beteiligt. Gemeinsam erforschen sie mit den Kindern die lokale Vergangenheit ihrer Schule in

der Umgebung des East Ends. Sie haben dabei die Möglichkeit, auf die über 100 Jahre zusammenfassenden Archive der Whitechapel Gallery zurückzugreifen. Die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit schafft Identifikation mit der Gegenwart. Das Projekt *Archive adventures* zeigt, wie 650 Kinder aus Londoner Schulen ihre Umgebung neu entdecken. Die Resultate ihrer Nachforschungen machen die Kinder auf einer interaktiven Website zugänglich.

Schnittstelle Vermittlung

Der Kunstvermittlung kommt bei diesen Projekten die wichtige Rolle zu, die beteiligten Parteien in regelmässigen Gesprächen zu koordinieren, zusammenzuführen und im Fall von Konflikten einzugreifen. Jedes Projekt wird ausgewertet, um für die Zukunft lernen zu können. «Nur so», betont Caro Howell, die Verantwortliche im Education Department, «findet ein Entwicklungsprozess statt.» Nicht die Anzahl der Teilnehmenden hat für die Gallery erste Priorität, sondern die Tiefe der Auseinandersetzung mit der Kunst. Durch die regelmässigen Begegnungen mit den Kunstschaffenden und der Whitechapel Gallery als Veranstalterin fühlen sich die Jugendlichen im Umgang mit zeitgenössischer Kunst wohl. In den unterschiedlichen Ausstellungen bewegen sie sich mit zunehmender Vertrautheit. Von der Zusammenarbeit mit den Kunstschaffenden profitieren beide Seiten: Die Gallery unterstützt die Künstler/innen in ihrer beruflichen Entwicklung. Im Gegenzug bringen diese ihre künstlerische Praxis und Ideen, die daraus entstehen, in die Vermittlungsprojekte ein. Wichtige Partner der Vermittlung sind auch die Lehrpersonen. Die Kunstvermittlung achtet darauf, mit ihrem Angebot in den Galleries nicht zu einer Konkurrenz für die Fachlehrpersonen für bildnerisches Gestalten zu werden. Vielmehr werden diese unterstützt, indem sie in Kursen in der Kunsthalle Gelegenheit erhalten, ihre eigene künstlerische Praxis zu vertiefen. So wird ihr Selbstvertrauen gestärkt, und der Kontakt wird zur Basis für spätere Zusammenarbeit.

Vermittlung aus Überzeugung

Die Whitechapel Gallery hat sich von Anfang an der Vermittlung von zeitgenössischer Kunst verschrieben. 1901 wurde die Institution von einem Priester gegründet, mit dem klaren Ziel, Bildung im traditionellen Armenviertel der Stadt zu fördern und als Stätte allen sozialen Schichten zugänglich zu sein. Schon ein Katalog von 1902 dokumentiert eine Ausstellung mit Bildern von Kindern aus lokalen Schulen in der Whitechapel Gallery. Sie war auch im Jahr ihrer Gründung die erste Kunsthalle mit elektrischem Licht, die es so auch Arbeiter/innen ermöglichte, nach ihrer Schicht noch ins Museum zu gehen.

Neue Räume, erweiterte Perspektiven

Während des erweiterungsbedingten Umbaus 2008 bis 2009 lanciert die Whitechapel Gallery das Projekt *The Street*. In einer benachbarten Strasse, der Toynbee Street, quartiert sich die Whitechapel Gallery in einer Dependence ein, in welcher internationale Künstler ihre Werke zusammen mit den Menschen vor Ort erarbeiten und ausstellen. Da sich der Raum inmitten einer dicht bewohnten Strasse befindet, zwischen lokalen Snackrestaurants und Märkten, kommt die Institution der Lokalbevölkerung noch näher. Die von den Kunstschaaffenden erarbeiteten Projekte sind stark auf diese spezifische Umgebung bezogen, lokale Produkte und Produktionsweisen werden zu Bestandteilen von Kunstprojekten. So wurde die lokale Batikfabrik in ein Projekt einbezogen. Dieses Konzept wird vom *Education Department* in Zusammenarbeit mit den Kuratoren ausgearbeitet, was auch zu einer internen Annäherung führt. Zeitweilig heben sich die Grenzen zwischen Kunst und Vermittlung auf: Internationale Künstler beteiligen sich am Vermittlungsprojekt.

In der umgebauten Whitechapel Gallery erhält die Vermittlung nebst neuen Ateliers im *education tower* erstmals zwei Ausstellungsräume mitten in der Kunsthalle. So wird den sozialen Ansprüchen, dem konstanten Bevölkerungszuwachs und dem Umstand, dass 52 Prozent der Bevölkerung unter 30 Jahre alt ist, Rechnung getragen. Auffällig am Erweiterungsbau der Whitechapel ist, dass die Räumlichkeiten der Vermittlung die beste Lage erhalten: Die Ateliers sind im obersten Stock des Neubaus positioniert. Ganz nach dem Motto «Die beste Aussicht für die zukünftige Generation!»

Patricia Huijnen

„One inch wide, one mile deep.“ Für die Kunstvermittlung zählt die Tiefe und Nachhaltigkeit der Auseinandersetzung mit der Kunst.

Caro Howell, Verantwortliche im *Education Department*

Import(ant)

Kunstschaaffende arbeiten in Schulprojekten

Lokale Kunstschaaffende einbinden

Minderheiten integrieren

Lehrpersonen stärken und weiterbilden

Vergangenheit mit Blick auf Zukunft erforschen

Serpentine Gallery Für junges Publikum

Mitten im Londoner Erholungsgebiet Hyde Park steht das Haus für Gegenwartskunst. Das Museum lockt jährlich 750 000 Besuchende an. Der beschränkte Platz des Museums ist im Aussenraum durch einen offen zugänglichen Pavillon erweitert. Dieser wird jedes Jahr von weltbekannten Architekten oder Kunstschaffenden neu gestaltet und ist Prestigeobjekt des Hauses. Der Pavillon ist Anziehungspunkt für ein junges, trendiges Publikum. Entsprechend zielt das Vermittlungsprogramm der Serpentine Gallery besonders auf Jugendliche.

expandieren

Die Serpentine Gallery verfügt im Verhältnis zur Bekanntheit des Hauses nur über einen kleinen Ausstellungsraum. Seit dem Jahr 2000 entwerfen jährlich weltbekannte Designer und Architekten wie Frank O. Gehry, Zaha Hadid oder Daniel Liebeskind einen neuen Pavillon. Dieser wird gebaut und am Ende des Jahres verkauft. Dieses Architekturobjekt zieht weltweit Aufmerksamkeit auf sich und bringt die Serpentine Gallery in aller Munde. Dieses breite Interesse wird vom Haus für ein cleveres Marketing genutzt. Namhafte Partner wie die BBC unterstützen seine Projekte. Beispielsweise mit dem jährlichen BBC Blast: Jugendliche arbeiten während zwei Wochen mit Kunstschaffenden zusammen. Die Ergebnisse werden im Kunsthaus mit einer Ausstellung und in einem Medienauftritt präsentiert.

pulsieren

Die Serpentine Gallery pulsiert, zieht trendiges, junges Volk an. Nebst dem Angebot für das breite Publikum und für Schulen organisiert das Haus massgeschneiderte Veranstaltungen für junges Publikum ausserhalb der Schule. Der Erfolg dieser Programme basiert auf der engen Zusammenarbeit mit prominenten Kunstschaffenden. Gezielt wählt das Haus Personen aus, die das aktuelle Kunstschaffen beeinflussen – ihre Bekanntheit soll

Jugendliche anziehen. Ein Beispiel: Matthew Barney, ein berühmter amerikanischer Medienkünstler, entwickelte mit Jugendlichen Zeichengeräte und verwendete diese im Aktionskunstprojekt *drawing restraint*. Oder das zweijährige Projekt mit Legasthenikern: Es wurde initiiert, um die Verbindung zwischen der Kreativität und der Lese-Rechtschreib-Schwierigkeit zu testen, und suchte Verbindungen von Sprache, Lernen und Ordnungssystemen. Die Künstlerin Abigail Reynolds entwickelte mit den Teilnehmenden ein Kartenspiel, welches Strategien bietet, um über Bilder, Farben und Formen zu kommunizieren. Mit solchen speziellen Projekten gelingt es der Kunstvermittlung, den Kreis der Besuchenden, insbesondere der jungen Generation, zu erweitern.

wertschätzen

Die Themen der Ausstellungen werden in den Veranstaltungen aufgegriffen. Zur Verarbeitung werden verschiedene Kunstbereiche wie zum Beispiel Fotografie, Film oder Performance verwendet. Das Programm wird mit Kunstschaffenden erarbeitet und vermittelt. Mit viel Feingefühl bauen die Verantwortlichen Hemmungen und Ängste der Jugendlichen vor Gegenwartskunst ab und fördern deren Kreativität. Das Ausstellen der Projektergebnisse in der Serpentine Gallery unterstreicht die Wertschätzung der Arbeiten von Seiten des Hauses und weckt das Vertrauen der Jungen.

verbinden

Nicht nur in der Freizeit, sondern auch über die Schulangebote werden Jugendliche angesprochen. Mit den beteiligten Schulen und Institutionen wird eng zusammengearbeitet, auf Partnerschaften gesetzt und das vernetzende Arbeiten angestrebt. Beim Angebot für Schulen wird auf interdisziplinäres Arbeiten geachtet. Die Auseinandersetzung mit Kunst bietet sich förmlich an, um einzelne Schulfächer zu vernetzen und fächerübergreifendes Arbeiten zu ermöglichen. Die Kunstvermittlung bietet für Lehrpersonen Einführungen an und stellt ein Begleitheft zur Verfügung. Es beinhaltet Hintergrundinformationen zur Ausstellung, zu Kunstschaffenden, zu inhaltlichen Themen und Ideen zum vernetzenden Arbeiten vor Ort oder in der Schule.

ausbauen

Um über die begrenzten Räumlichkeiten der Gallery hinaus wirken zu können, werden immer wieder auch neue Strategien erprobt. So wurde aus dem Projekt mit den Legasthenikern zusätzlich ein Online-Lernspiel entwickelt, das auf der Website der Serpentine Gallery zur Verfügung gestellt wird. Ebenfalls über das Internet wirkt die Serpentine mit dem Projekt RMB City. Eine chinesische Künstlerin hat im Auftrag der Gallery eine Stadt

in der virtuellen Parallelwelt *Second Life* geschaffen. So verankert das Haus sich selbst und die Kunst sogar im virtuellen Raum. Auch die *Agentur für unverwirklichte Projekte* funktioniert online. Die Idee für diese Austauschplattform entstand aus der Erkenntnis, dass es weltweit eine riesige Anzahl von Projektideen gibt, die nicht verwirklicht werden können, weil beispielsweise die Finanzierung nicht gesichert werden kann. Ziel ist es nun, solche unrealisierte Projekte auf der Plattform zu veröffentlichen, über das Netz Unterstützung zu finden und sich auszutauschen.

organisieren, inspirieren

Die Kunstvermittlung der Serpentine legt Wert auf offenes, kommunikatives Vermittlungspersonal. Dieses soll die Teilnehmenden inspirieren. Workshops werden von mindestens zwei Personen geleitet. Vermittelnde und Kunstschaaffende erarbeiten gemeinsam Ideen, Themen und Konzepte. Die Verantwortliche der Vermittlung ist sehr jung, ist nah beim jungen Publikum. Sie organisiert das Lernen im Museum. Ihr Elan und ihre Idealismus widerspiegeln das Anliegen des Hauses, mit Kunst Schranken abzubauen. Als Organisatorin bringt sie Vermittelnde und Künstlerinnen und Künstler zusammen, entwickelt mit ihnen Ideen und macht deren Umsetzung möglich. Um die Qualität der Kunstvermittlung zu gewährleisten und zu verbessern, werden die Projekte dokumentiert, evaluiert und durch Gespräche reflektiert. Auch wird die Kooperation mit Museen in der Umgebung gefördert und mit diesem Austausch die Qualität optimiert.

Cynthia Luginbühl

„Serpentine Gallery Projects build dynamic relationships between art, artists and people. Projects and events vary in scale, duration and location, and challenge expectations of where art can be encountered and by whom.“

Eleanor Farrington, education organiser

Import(ant)

Jugendliche mit Kunstschaaffenden zusammenbringen

Mit anderen Museen zusammenarbeiten

Partnerschaften mit Medien eingehen

Lernen fächerübergreifend organisieren

Courtauld Gallery

Wahrnehmung und Wissen

Die Courtauld verbindet Kunst und Wissenschaft, indem sie Kunst ausstellt und gleichzeitig ein Institut für Kunstgeschichte führt. Für die Gründung sind drei visionäre Kunstsammler verantwortlich, die ihre wertvollen Gemälde und Zeichnungen gleichzeitig Kunststudent/innen und der Öffentlichkeit zugänglich machen wollten. Das Haus fokussiert in seiner Vermittlung stark auf die Auseinandersetzung mit den ausgestellten Werken und bezieht zeitgenössische Kunstpraxis ein. Dabei wird klar zwischen kunstgeschichtlicher Wissensvermittlung und interpretativer Wahrnehmung unterschieden.

Vor den Originalen

Seit der Gründung im Jahr 1933 gehört zur Courtauld ein Museum und das Institut für Kunstgeschichte. An zentraler Lage, mitten in London, in einem Haus aus dem 18. Jahrhundert konzentriert sich die Courtauld auf Ausbildung und Forschung und die Vermittlung von Kunstgeschichte. Die wertvolle Sammlung mit rund 500 Gemälden, 6000 Zeichnungen und Aquarellen sowie 20 000 Drucken bietet Studierenden der Kunstgeschichte sowie dem Publikum die Möglichkeit, direkt von und vor den Werken des Museums lernen zu können.

Schwerpunkte des Hauses sind die Sommerkurse und die Studienreisen nach Ravenna, Rom oder Istanbul. Interessierte können sich in Kunstgeschichte und Werkbetrachtung vertiefen. Ganz in der Tradition des Hauses werden diese Sommer-Kurse von den Professor/innen des Instituts für Kunstgeschichte oder namhaften Gästen geleitet. In den Kursen, die in der Akademie und im Museum stattfinden, wird immer ein Bezug zu den Werken des Museums hergestellt. Die Vermittlung strebt eine tiefgründige Auseinandersetzung mit der Kunst an. Das bedeutet zum Beispiel, dass Veranstaltungen nicht einzeln, sondern in Serie ausgeschrieben werden. Wer sich für Kunstgespräche anmeldet, bucht gleich zehn Abende oder eine ganze Woche.

Durch eigenes Tun verstehen

Die beständige Sammlung des Museums mit seinen kunstgeschichtlich bedeutsamen Werken stellt die Vermittlung vor andere Anforderungen als ein Haus mit Wechsausstellungen: So bezieht die Vermittlung nebst dem Fokus auf das Werk auch zeitgenössische Kunstschaffende mit ein. Die Methoden sind interaktiv und differenzieren zwischen Interpretation und Kunstgeschichte, zwischen Wahrnehmung und Wissen.

Diesen Anspruch zeigt exemplarisch das Projekt über das Werk von Degas' *Tänzerinnen* auf. Mit Jugendlichen wurde in Zusammenarbeit mit dem Künstler Ashley Davies ein Animationsvideo geschaffen. In Anlehnung an das Bild fertigten die Teilnehmenden Drahtfiguren an, die sie mit filmischen Mitteln unter Anleitung des Künstlers zum Tanz erweckten. Der Vermittlung geht es auch hier um Auseinandersetzung und eigene (Lern-)Erfahrungen. «Denn Kinder und Erwachsene haben das Recht, das Beste zu bekommen», sagt Henrietta Hine, Leiterin der Kunstvermittlung.

Neue Wege suchen

Die Vermittlung war lange Jahre kunsthistorisch ausgerichtet. Mittlerweile arbeitet sie oft interdisziplinär. Das Einbringen von kunstgeschichtlich fundiertem Wissen hat in der Courtauld einen hohen Stellenwert. Dies drückt sich in einer engen Zusammenarbeit zwischen wissenschaftlichen Mitarbeitenden, Kurator/innen und den Vermittelnden aus. Das Museum will seine Sammlung einem breiten Publikum zugänglich machen und dieses zur Reflexion über Kunst anregen. Die Vermittlung erreicht die unterschiedlichsten Zielgruppen: Kunstliebhabende, interessierte Erwachsene sowie Schulen aller Stufen und Leistungszüge. Mit ihren Aktivitäten (Talks, Workshops) bindet die Vermittlung zeitgenössische Kunst- und Kulturschaffende mit ein und schafft so einen Dialog mit der aktuellen Kunstpraxis. Die Rolle der Vermittlung ist es, diesen Transfer zu konzipieren und für die Umsetzung eine geeignete Person zu engagieren. Eine Zusammenarbeit mit Kunstschaffenden aller Sparten ist möglich. Je nach Zielgruppe darf die Vermittlung auch interdisziplinär sein. Auch hier gilt der Anspruch: Bei den Aktivitäten geht es um die Reflexion und das eigene Erfahren und nicht darum, eine kurzweilige Stunde im Museum zu organisieren.

Begegnungen ermöglichen

Die Courtauld Gallery nutzt sehr geschickt ihre Ressourcen. Ihre jährlichen *Writers in Residence* arbeiten einerseits an ihren eigenen Vorhaben. Sie beteiligen sich andererseits auch an Schreibprojekten über Kunst, halten *Writers Talks* und treten so in Austausch mit dem Publikum. Die Schriftstellerin Ruth Padel arbeitete beispielsweise mit Gymnasiasten an einem

Gedichte-Projekt zu den Cézanne-Werken des Museums. Inspiriert von den Werken und einem Briefwechsel zwischen Cézanne und Emile Bernard, schrieben die Jugendlichen eigene Briefe und Gedichte zu Bildern der Ausstellung. Die Autorin ermutigte die jungen Menschen über ihre eigenen Gedanken zu schreiben und die Gedichte mit dem Satz einzuleiten: «Ich bin an diesen Ort gekommen...». Zum Projektabschluss trug die Gruppe die entstandenen Gedichte vor.

In den *Writers Talks* begegnen Museumsbesucher/innen in exklusiven, kleinen Gruppen Schriftstellern und Autorinnen und erfahren deren Reflexionen über ein ausgesuchtes Werk. Um die Intimität der Kleingruppen zu bewahren, aber trotzdem eine grössere Öffentlichkeit zu erreichen, konnten diese Autorengespräche als Podcast-Serie gehört oder in der Zeitung *The Guardian* in gekürzter Fassung nachgelesen werden.

Ein weiteres Projekt zeigt, dass die Courtauld auch ein magnetischer Ort für junge Kulturschaffende ist. Alle zwei Jahre ist das Haus Gastort für die Ausstellung *East Wind Collection*. Diese Biennale bietet Nachwuchskünstlern eine Plattform, sich zu präsentieren, und jungen Kuratorinnen die Gelegenheit, sich unter Beweis zu stellen.

Janine Wagner

„Das Werk steht im Mittelpunkt der Vermittlungsarbeit. Es wird klar zwischen Wahrnehmung und Wissensvermittlung unterschieden.“

Henrietta Hine, Leiterin Kunstvermittlung

Import(ant)

Forschung und Lehre im Museum ansiedeln
Zeitgenössische Bezüge zu historischen Werken schaffen
Kunstschaffende zu Residenzen im Museum einladen
Museen bieten Weiterbildungen an

Kopiervorlagen

Ideenspeicher aus London: Englische Museen verfügen in der Vermittlungsarbeit über einen einzigartigen Erfahrungsschatz. Die ausgewählten Beispiele geben einen Eindruck von der Fülle und Vielfalt der Methoden. Sie zeigen Aspekte einer herausragenden Vermittlungspraxis. Diese Vorbilder dienen als Inspiration für die innovative Entwicklung der Schweizer Museumslandschaft. Aus diesem Grund nennen wir dieses Kapitel *Kopiervorlagen*. Kopieren heisst jedoch in diesem Fall adaptieren, anpassen und zu etwas Eigenem machen.

Back-Packs. Erlebnisrucksäcke

Ein Angebot für Kinder stellen die Aktivitäten-Rucksäcke des Victoria & Albert Museums dar. Sie beinhalten eine Vielzahl an Utensilien, von Puzzles und Bildern über Bausteine bis hin zu Tierfiguren und Vergrösserungsgläsern. Gepackt mit diesem Rucksack gehen Familien – oder ältere Kinder alleine – auf einen genau bezeichneten Rundgang durch das Museum. An jeder Station regen Aufgabenstellungen an, mittels der Gegenstände aus dem Rucksack, ein Ausstellungsobjekt zu erforschen und erfahren. Vor dem Original wird der Rucksack ausgepackt, und die Objekte werden mit Hilfe von Lupe, Puzzle, Spiel oder Stift untersucht. Solche Erlebnisrucksäcke gibt es auch im British Museum.

Befähigung. Vermittlungsarbeit

In der Photographer's Gallery arbeitet die Vermittlung intensiv mit Lehrpersonen und Mitgliedern von Jugendgruppen zusammen. Die Lehrer/innen werden befähigt, selber in ihrem Umfeld als Vermittelnde zu fungieren. Ihnen werden Aspekte des Museums und der Fotografie selber von Fachleuten vorgestellt. Und sie stellen wiederum die Kunstinstitution in der Schule vor. Die Jugendlichen halten der eigenen Klasse Vorträge zu einem bestimmten Werk. Die Resultate dieser Projekte werden publiziert.

Discovery-Zones. Vermittlungsecken

Im Victoria & Albert Museum befinden sich in einigen Ausstellungsabteilungen sogenannte *discovery-zones*. Das sind Ecken und Plätze mit Instrumenten, Informationen und Rätseln zur selbständigen aktiven Vertiefung in die jeweiligen Ausstellungen. In einer dieser Ecken stehen etwa Kleider aus dem 19. Jahrhundert bereit. Diese dürfen anprobiert werden. So entstehen Szenen, in denen Korsetts, Reifenröcke und Hüte anprobiert werden und die Besucher/innen sich in den Spiegeln betrachten können. Diese Erfahrungsweise eines Ausstellungsthemas bringt Kommunikation und Auseinandersetzung unter den Besucher/innen in Gang und bietet die Möglichkeit zur Identifikation mit der Epoche des spezifischen Ausstellungsthemas.

Hamlyn Trails. Rundgang als Quiz

Im British Museum gibt es die sogenannten *Hamlyn Trails*, benannt nach Lady Hamlyn, der Gründerin einer bekannten Kunst- und Designförderstiftung. Diese *Hamlyn Trails* sind Rundgänge mit Quizbüchern für Kinder. Mit gezielten Fragen fördern sie das Entdecken und bessere Verstehen der ausgestellten Objekte. Das Angebot richtet sich an verschiedene Altersgruppen, und die Quizbücher tragen anregende Namen, wie *Kämpfende Drachen*, *Tanz mit Shiva*, *Entdecke Britannien*, *Die Zeitreise* und *Segeln auf dem Nil*. Ähnliche Rundgänge für Kinder gibt es auch im Victoria & Albert Museum.

Hands on. Originale zum Anfassen

Im British Museum wird die *hands on*-Methode direkt in den Räumen der Ausstellung auf speziell dafür vorgesehenen Tischen (*hands on-desks*) angeboten. Besuchende dürfen originale Museumsobjekte in die Hand nehmen und von allen Seiten betrachten. Volontär/innen betreuen die *hands on-desks* und geben Auskunft über Hintergründe und Zusammenhänge rund um das jeweilige Objekt. Wenn sich mehrere Personen gleichzeitig an einem Tisch befinden, können zudem interessante Diskussionen und Gespräche entstehen. Solche *hands on-desks* finden sich auch im Victoria & Albert Museum. Hier können Antiquitäten in durchsichtigen Behältern mit handbreiten Öffnungen angefasst werden – auch ohne Aufsicht und Vermittlung. Andere berührbare Objekte sind auf Konsolen befestigt. Spezielle Markierungen heben *hands on*-Objekte deutlich hervor. Dieses Angebot wird vom Publikum rege genutzt und spricht nicht nur Kinder an.

Museumscafé. Ort der Begegnung

Das öffentliche Museumscafé der Photographers' Gallery befindet sich, anders als bei uns, mitten in der Ausstellung: Die zufälligen Begegnungen von Cafébesuchenden mit der Kunstfotografie wecken das Interesse und fördern in dieser Form die Diskussionen und Auseinandersetzungen mit der Fotografie und deren Kunstschaffenden. Eine überlegenswerte Anregung für Schweizer Museen!

Neue Medien. Interaktives Lernen

Multimedia-Stationen mit Touchscreens und Computer mit interaktiven Spielprogrammen stehen in der Vorhalle der Tate Modern bereit. Wie auf dem Spielplatz kann man sich hier zur Pause nach einem Ausstellungsrundgang tummeln und auf spielerische und lustvolle Weise weiter mit Themen der Kunst auseinandersetzen: sei es bei einem Memory von Nicky de Saint Phalles Werken oder beim Zuordnen einzelner Bildteile, die zusammengehören. Eine Besonderheit in einem Kunstmuseum.

Reserviert. Separierte Zone

In der National Gallery wird vor Beginn des Kinderworkshops der Bereich vor dem zu besprechenden Bild speziell für die Kinder freigehalten. Das Publikum respektiert, dass dieser Platz für eine bestimmte Zeit den Kindern gehört. Die Kinder erleben andererseits, dass sie wichtige Besuchende sind und Raum einnehmen können im Museum. Sie fühlen sich gleichzeitig geschützt und wichtig. Dieses organisierte Nebeneinander signalisiert den hohen Stellenwert der Vermittlung und zugleich den Respekt vor dem Publikum.

Sackler Centre. Grosszügige Räume

2008 wurde das *Sackler Centre* eröffnet. Innerhalb der altherwürdigen Gemäuer des Victoria & Albert Museums wurde dieses grosszügige Vermittlungszentrum gebaut. Es beherbergt neben einer eigenen Rezeption, mehreren Picknick-Tischen für Klassen, Garderoben und Aufenthaltsräumen auch grosse Werkstätten wie einen Zeichnungssaal, einen Computerraum mit 25 modernen Macs. Diese Infrastruktur steht für Workshops und Kurse bereit. In der hauseigenen Galerie können die entstandenen Werke aufgehängt werden. Daneben gibt es zwei Ateliers für *resident artists*, ein Theater, einen Vortragssaal sowie Sitzungszimmer und natürlich Büros. Alles ist grosszügig, modern und funktionell. Das überaus vielfältige Vermittlungsangebot, das eine Brücke zwischen Museum und Sackler Centre schlägt, wird von nicht weniger als 55 Personen (!) organisiert und betreut. Einen hohen Stellenwert nimmt dabei die Weiterbildung der Lehrpersonen ein.

Schauspiel. Geschichten erzählen

Das Museum of London bietet Erzählveranstaltungen für Familien an, wobei das Vortragen der Geschichten und Legenden ausschliesslich Schauspieler/innen überlassen wird. Diese erzählen Kindern und Jugendlichen, oft während eines Spazierganges, aus der Geschichte von London. So wird die Geschichte von Jack the Ripper nachgestellt, anhand deren die Lebensbedingungen des East End im 19. Jahrhundert erarbeitet oder Grundsätze des Strafrechts erläutert werden. Zudem gibt das Museum of London älteren Bewohnern der Stadt die Möglichkeit, Begebenheiten ihres persönlichen Lebens, welche die jüngere Geschichte der Stadt dokumentieren, Kindern und Jugendlichen im direkten Gespräch weiterzugeben.

Schnupperpraktika. Einblick

Jugendliche zwischen 14 und 16, die sich für Fotografie und die Arbeit im Museum interessieren, haben in der Photographers' Gallery die Möglichkeit, ein zweiwöchiges Schnupperpraktikum zu absolvieren. Sie arbeiten einmal in jeder Abteilung mit und halten ihre Eindrücke in einem Foto-Tagebuch fest.

Take one picture. Wettbewerb zur Kunst

Landesweit in England arbeiten Schulklassen jedes Jahr an einem einzigen Bild, das sich in der National Gallery befindet. Verschiedenste Schulstufen vertiefen und fokussieren mit unterschiedlichen Mitteln und Medien dieses Werk. Jährlich werden die besten Arbeiten von Klassen ausgewählt und eine Anzahl davon in der National Gallery zusammen mit dem Original ausgestellt. 2008 war dies ein Landschaftsbild von Rembrandt. Zum Teil unter Mithilfe von Fachleuten und Kunstschaaffenden haben Klassen Reliefs, eine Puppenstube mit dem Titel *Das Haus von Rembrandt*, Kurzfilme, Theatervorführungen oder Dokumentationen von einem Besuch auf dem Lande hergestellt.

Teens Talk. Über Kunst sprechen

Die Photographers' Gallery veranstaltet zu jeder Ausstellung zwei *Teens Talks*. Jugendliche im Alter von 14 bis 19 stellen in einer öffentlichen Veranstaltung ein Bild aus der aktuellen Ausstellung und ihre Gedanken dazu vor. Die Präsentation dauert 20 Minuten. Für ihren Auftritt erhalten die Jugendlichen 30 Pfund. Die Vermittlerin sucht drei Monate vor der Veranstaltung über Schulen und Gemeinschaftszentren nach potentiellen Rednern. In der Vorbereitungsphase erhalten die Jugendlichen die Möglichkeit, an der Preview-Night und der Vernissage dabei zu sein. Sie treffen den Kurator und die Fotograf/innen, die ausstellen. Zusätzlich finden drei bis fünf Vorbereitungstreffen mit der Vermittlerin statt, die bei der Erarbeitung des Inhalts hilft. Diese Kontakte sind sehr intensiv und persönlich und halten meist über den Auftritt hinaus an. Viele der Jugendlichen kommen auch nachher regelmässig vorbei. Die Vermittlungsprojekte werden gelegentlich durch Externe evaluiert. So wird der *Teen Talk* jetzt auch an einer anderen Institution eingeführt, weil die Person welche die Veranstaltungsreihe evaluierte, davon so begeistert war.

Website. Eine Lernressource

Die Website der Tate (www.tate.org.uk) ist die am zweithäufigsten besuchte in Grossbritannien (nach jener der BBC). Die Tate-Website ist interaktiv und gewissermassen der verlängerte Arm der Vermittlung. Schüler/innen kreieren online eigene Graffitis mit Spraydosen, Pinsel und Schablonen und stellen ihre Werke anschliessend in der Online-Galerie aus. Erstaunliche Schätze verbergen sich auf den Websites der meisten Londoner Museen: virtuelle Vermittlungsrundgänge, interaktive Lernprogramme, Spiele, Wettbewerbe und Blogs.

Susanna Schüeli, Erika Singeorzan, Bettina Stocker



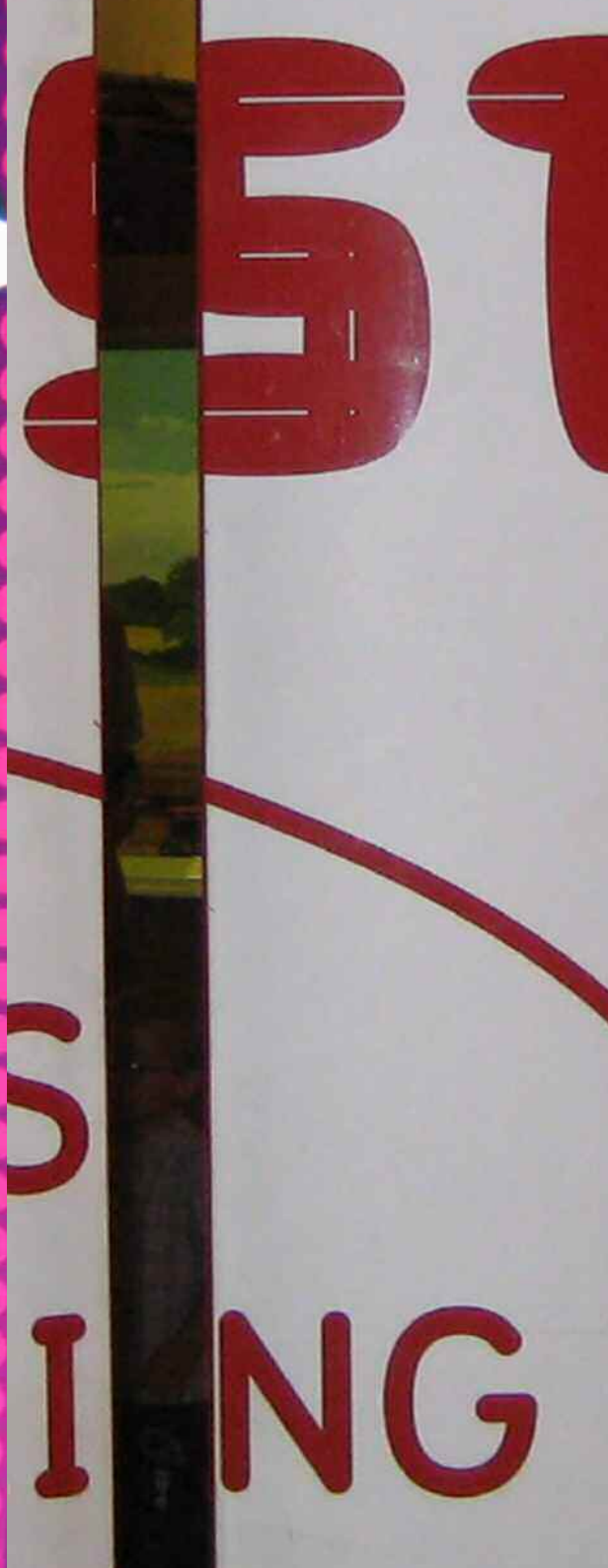
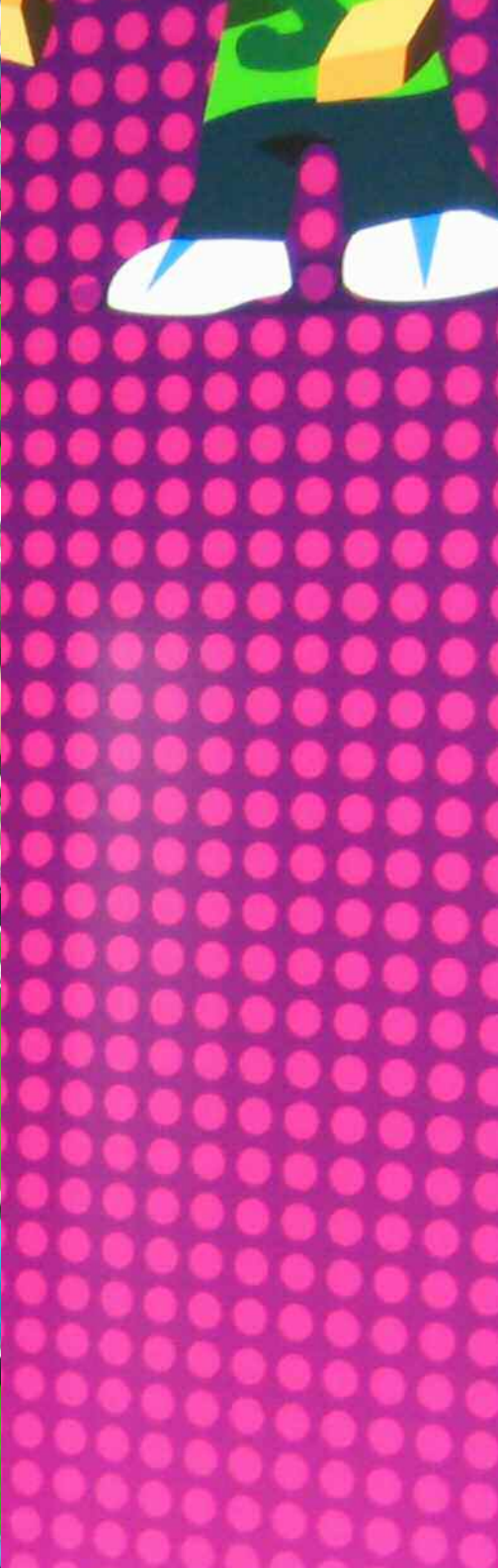
9 SCRIPTS FROM A
Level 2 Gallery →



Whitechapel

Entrance
Right into Angel Alley

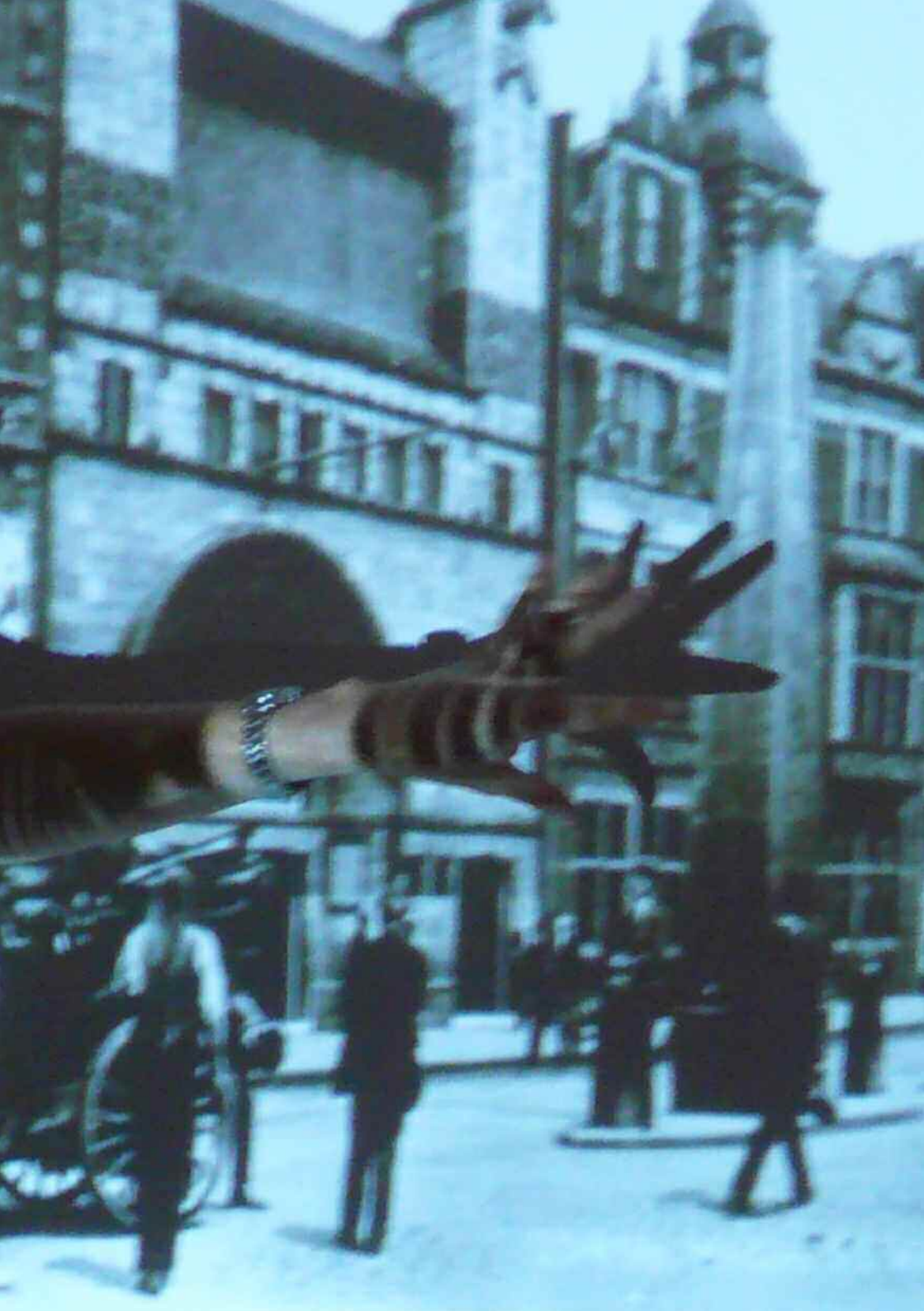








free
admission*



Impressionen, Eindrücke,
Überraschendes aus London neu
kombiniert und interpretiert,
genau und anders betrachtet ...

Fundamente

Die Vermittlung findet nicht im isolierten Raum statt, sondern sie ist Teil eines Ganzen. Auf die Qualität haben das Umfeld, die Unterstützung, die Netzwerke, der Zusammenschluss von Fachleuten einen grossen Einfluss. Förderung und Erforschung – und Netzwerke – sind notwendig. Gleichzeitig braucht es jedoch das Besondere, das Ureigene für jede Vermittlung. Die Vorgänge und Komponenten der Vermittlung müssen bekannt sein, um richtig entscheiden zu können. Vertiefen, Reflektieren und Erforschen ist darum angesagt.

Forschungsergebnisse aus England. Kunst steigert Selbstkompetenz

Kinder und Jugendliche profitieren in hohem Mass von der Auseinandersetzung mit zeitgenössischer Kunst. Das zeigen die ersten Forschungsergebnisse der britischen Studie *enquire*. Von dem Netzwerk, welches durch die Beteiligung an der Studie entsteht, profitieren Lehrpersonen, Schulen, Kunstschaffende, die Kunstvermittlung und die Museen selber. *Enquire* zeigt, wie wichtig die Begegnung mit Kunst ist, und stärkt die Kunstvermittlung.

Bahnbrechend

Enquire ist ein bedeutendes nationales Forschungsprogramm über das Lernen in den Museen in England. Die Studie fokussiert den Nutzen des Lernens im Museum und die Bedingungen für effektives Lernen in Museen. Initiiert wurde sie in Partnerschaft mit dem *arts council*, der Foyle Foundation und *engage England*. Das Forschungsprogramm ist bahnbrechend, da es systematisch Einzugsgebiete definiert und strukturell organisiert, sodass über die Auswirkungen regelmässig berichtet werden kann. Realisiert und ausgewertet wird es vom Nationalen Forschungskonsortium, deren Mitglieder Museen und Hochschulen angehören. Das Forschungsprogramm nahm im Herbst 2004 seinen Anfang, es wird über mehrere Phasen ausgeführt und laufend ausgewertet.

Vielfältige Projekte

Geplant und durchgeführt werden die Projekte von Kunstvermittler/innen in Museen, von Kunstschaffenden, Lehrpersonen und Schulen. Die Erforschten sind Kinder und Jugendliche. Die ausgewerteten Projekte sind sehr verschieden, zum Beispiel: Kunstschaffende waren während eines Jahres in der Schule tätig, es gab Tagesbesuche in Museen, es wurden Studienwochen durchgeführt; Oberstufenklassen erkundeten beispielsweise die Frage «Was ist ein Künstler?», und es gab Besuche von Gruppen in Ateliers von Kunstschaffenden.

Die ersten Erkenntnisse

Sozialkompetenzen werden durch Kunstvermittlung gefördert. Gespräche über das Erlebte bieten ein ideales Übungsfeld, um richtige Begriffe und neue Ausdrücke anzuwenden, gute Begründungen und klare Meinungen formulieren zu können. Das zeigen die ersten Resultate des Forschungsprogramms. Durch das stete Austauschen von Ideen und Evaluationen werden die Beteiligten darauf sensibilisiert, Verständnis und Respekt für andere Menschen und ihre Meinungen zu hegen. Sie nehmen eng am Prozess der anderen teil, sodass die Empathie gefördert wird.

Ausserdem nehmen sich die jungen Menschen durch die Projekte stärker als Mitglied einer Gemeinschaft wahr und übernehmen mehr Verantwortung für diese. Sie erleben sich als vollwertige Teilnehmende eines Projektes, können in der Gemeinschaft ihre Meinung kundtun, kommunizieren untereinander und auch mit Erwachsenen. Austausch und andere Meinungen auch gutzuheissen, fördert das demokratische Leben und Erleben der Jugendlichen. Dadurch werden sie motiviert, in ihrer Gemeinschaft aktiv mitzuwirken. Sie werden auf das Leben als erwachsene Staatsbürger vorbereitet. Auch wird mehr Verantwortung für das eigene Lernen übernommen und die Selbstkompetenz steigt.

Selbstgesteuertes Lernen

Da es in der Kunst weder ein Falsch noch ein Richtig gibt, finden die Kinder und Jugendlichen unbeschwert Antwort auf offene Fragen. Demzufolge werden die sprachlichen Fähigkeiten verbessert. Die Lernenden treffen selbst ihre Entscheidungen darüber, was sie lernen möchten und entwickeln dadurch vermehrt ihre eigenen Ideen. In ihrer Kreativität werden sie gestärkt, was wiederum ihre Motivation entfacht. Selbstverhaltensauffällige Kinder und Jugendliche erzielen schnelle Fortschritte. Sie erleben, selbst etwas zu bewirken, und entwickeln eine neue Sichtweise ihres Potentials. Dadurch arbeiten sie zielorientierter und übernehmen mehr Verantwortung bezüglich ihrer Berufslaufbahn.

Win-win-Situation

Kunstvermittler/innen, Lehrpersonen, Kunstschaffende profitieren auch vom Forschungsprogramm. Die Studie bietet berufliche Weiterbildung. Durch das enge Zusammenarbeiten und das stete Auswerten findet oft eine persönliche Weiterentwicklung statt. Die Kunstvermittler/innen erweitern ihr Netzwerk, dieses wird professionalisiert und vertieft. Im Forschungsprogramm bilden sie die Schaltstelle zu allen Beteiligten. Der Berufsstand wird unterstützt und nachhaltig entwickelt. Das Forschungsprogramm zeigt deutlich, dass die Vermittlung unentbehrlich ist. Unter den Lehrpersonen finden Austausch und Reflexionen über den Unterricht statt. Die so gewon-

nenen Erkenntnisse und Erfahrungen bereichern die Unterrichtspraxis. Die teilnehmenden Lehrpersonen leiten Einsichten ans Schulteam und an die Schulleitung weiter. Nicht zuletzt erhalten schulische Bereiche wie Pädagogik, Methodik und Didaktik neuen Input. Der Austausch unter den Kunstschaffenden und die Zusammenarbeit mit Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern wirkt inspirierend auf die künstlerische Arbeit.

Amanda Kohler

Forschungssituation in der Schweiz. Forschen an der Schnittstelle von Kunst und Bildung

Carmen Mörsch / Leiterin Institute for Art Education (IAE)
Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Als erstes Forschungsinstitut für Kunstvermittlung auf dem europäischen Kontinent orientiert sich das IAE stark an den im angelsächsischen Kontext entwickelten Methoden der partizipativen Aktionsforschung. In Zusammenarbeit mit Kolleg/innen aus den Kunst- und Bildungsorganisationen soll hier die Theoretisierung, Auswertung und Weiterentwicklung der Praxis stattfinden.

Warum ein Forschungsinstitut für Kunstvermittlung?

Seit im Jahr 1998 die englische Regierung die Verknüpfung von Kunst und Bildung als gesellschaftlichen und ökonomischen Faktor (wieder-)entdeckte und damit begann, diese massiv zu fördern, ziehen die Länder auf dem europäischen Kontinent allmählich nach. Inzwischen ereignen sich überall Offensiven Kultureller Bildung, das Arbeitsfeld beginnt zu wachsen. Professionelle Akteur/innen sind zu seiner Mitgestaltung in Zukunft genauso gefragt wie interessante Kriterien zur Beschreibung, Beurteilung und Weiterentwicklung der Praxis. Genauso gilt das Interesse einem genaueren Wissen über die Wirkungsweisen der Kunstvermittlung und Kulturellen Bildung. Mit dieser Entwicklung geht ein steigender Bedarf an Forschung einher. Nur durch eine qualifizierte, konstruktiv-kritische wissenschaftliche Begleitung wird sich das Arbeitsfeld dauerhaft und qualitativ entwickeln.

Entwicklung einer Disziplin aus einem weiten Forschungsfeld

Anders als in England sind Kunstvermittlung und kulturell-ästhetische Bildung in unseren Breiten bisher mit wenigen Ausnahmen vor allem als Praxisfelder bekannt. Das mag daran liegen, dass in England schon länger eine kulturpolitische Aufmerksamkeit für diesen Bereich existiert

und daher auch das politische Interesse an einer begleitenden Forschung grösser ist. An der Qualität vieler englischer Projekte der Kunstvermittlung ist abzulesen, wie stark die Praxis von der Forschung profitiert. Hier dagegen besteht die Aufgabe, nicht nur einzelne Projekte erfolgreich zu beantragen und durchzuführen, sondern daran mitzuarbeiten, eine neue Forschungsdisziplin zu etablieren und international zu vernetzen. Zurzeit sind unter anderem die Erforschung von Geschichte, Methoden und Wirkungen der Vermittlungsarbeit in Museen und Ausstellungen, von den Bildungspotenzialen künstlerischer Verfahren in der Schule oder von der Bedeutung künstlerischer Arbeit innerhalb gesellschaftlicher Veränderungsprozesse in Vorbereitung. Es geht darum, die bestehenden Strukturen und Praktiken der Kunstvermittlung schweizweit zu professionalisieren, weiter zu entwickeln, theoretisch zu begründen und zu reflektieren.

Arbeiten jenseits des Theorie-Praxis-Grabens

Mit dem englischen Forschungs- und Entwicklungsprojekt *enquire* hat die zurzeit am IAE entstehende Forschung viel gemeinsam. Da wäre zum Beispiel die intensive Zusammenarbeit von Akteur/innen aus der Wissenschaft mit denen aus Bildungs- und Kunstorganisationen. Forschung dieser Art ist kooperativ und orientiert sich an dem im England der 1970er-Jahre entwickelten Paradigma der forschenden Lehrperson: Vermittler/innen und Wissenschaftler/innen arbeiten zusammen in Projekten, welche die Erforschung genauso wie die Entwicklung der Praxis zum Ziel haben. Zuweilen werden auch die Teilnehmenden – seien es Jugendliche oder andere Adressat/innen – zu aktiven Beitragenden im Forschungsprozess. Ähnlich wie bei *enquire* gilt das Motto «vernetzen statt konkurrieren», und dies trotz und gerade wegen eines steigenden Drucks auf dem Bildungs- und Forschungsmarkt. Schliesslich teilt das Institut den kritischen Ansatz vieler Projekte von *enquire*. Das heisst, in den Projekten wird nicht nur nach den Veränderungspotenzialen für die Teilnehmenden von Kunstvermittlung und kulturell-ästhetischer Bildung gefragt, sondern auch nach den Machtverhältnissen und den notwendigen Transformationsprozessen in den Institutionen und in der Gesellschaft.

Mitforschen erwünscht!

Das IAE möchte seine Forschung in enger Kooperation mit dem Arbeitsfeld entwickeln. Daher sind Kolleg/innen, die eine Idee für ein Forschungsprojekt, für eine Publikation, eine Tagung oder eine andere Veranstaltung haben, herzlich eingeladen, mit dem Institut Kontakt aufzunehmen. Ausserdem bietet es unter dem Titel *IAE Akademie* Weiterbildungsangebote für Kolleg/innen an, die ihre Forschungskompetenzen erweitern möchten (<http://iae.zhdk.ch>).

Fachaustausch in England. Bewährte Vernetzung

Engage vertritt Berufsleute aus Museen, Kunst und Erziehung in Grossbritannien und in 15 Ländern weltweit. *Engage* bietet: Projekte und Programme, Ausbildung und Weiterbildung, nationale und internationale Kontakte, Forschung, Publikationen, Archiv sowie eine Austauschplattform auf dem Internet.

Projekte und Bildung

Durch Kunstvermittlung hilft der Verband *engage* Schulkindern und Erwachsenen, sicherer zu werden im Verständnis bildender Kunst. *Engage* verfolgt unterschiedliche Ziele. Hauptsächlich sollen die Barrieren zu zeitgenössischer bildender Kunst beseitigt und innovative Arbeitsmöglichkeiten für junge Erwachsene gefördert werden. *Engage* bietet auch Projekte in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen an. Der Verband unterstützt die Vermittlung durch professionelle Entwicklung. *Engage* bietet gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, schafft informelle Gruppentreffen in den Regionen und ermöglicht es, internationale Kontakte zu knüpfen. Forschungsprogramme schaffen Partnerschaften zwischen Museen, Schulen und Höheren Erziehungsinstitutionen. Ausserdem macht sich *engage* dafür stark, dass das Potenzial von Kunstvermittlung in weiten Kreisen erkannt wird: Der Verband versucht, die Richtlinien sowie die Mittel dafür zu gewinnen.

Publikationen

Engage publiziert aktiv und intensiv: Das internationale Journal für bildende Kunst und Kunstvermittlung, *engage Journal*, erscheint seit 1996 zweimal jährlich. Jede Ausgabe fokussiert ein Thema, um eine umfassende Sammlung von Arbeiten über alle Aspekte der bildenden Kunst und der Kunstvermittlung zusammenzustellen. *Engage Publications* veröffentlicht Bücher, Berichte, Forschungen und sogenannte *toolkits*. Letztere sind Fallstudien, begründet auf ehemaligen Programmen von *engage*, die das Ziel hatten, anregende, innovative und spannende Kunstvermittlung zu machen. Das *Resource archive* hat eine einzigartige Sammlung von

Dokumenten zur Kunstvermittlung von Beginn an, von 1970 bis zum heutigen Zeitpunkt. Die Sammlung gibt einen Einblick in Theorie und Praxis. *Engage Reports* ist eine Auswahl von Berichten, die relevante, laufende Fragen und Probleme in der Kunstvermittlung untersuchen. Sie unterstützen reelle Projekte als Beispiele für gute Praxis, forschen und geben Empfehlungen. *General Publications* bietet Mitgliedern die Möglichkeit, eigene Publikationen auf der *Publications Database* einzureichen.

Auf der Website

Auf *engage Forum* finden *engage*-Mitglieder einen Platz, um Ideen auszutauschen, über die Praxis zu diskutieren und um einander um Ratschläge zu bitten. Unter *engage News* sehen sie alle neuen Informationen auf der Website. *The events database* ist eine Online-Datenbank, die hilft, Weiterbildungen in Grossbritannien und im Ausland zu finden.

Fazit

engage **unterstützt** die Vermittlung durch professionelle Entwicklung. *engage* setzt sich für die **Anerkennung der Kunstvermittlung** ein. *engage* **publiziert** aktiv und intensiv. *engage* bietet **Austauschmöglichkeiten** auf dem Netz.

Alexa Giger

Von Punkt zu Punkt. Ein Netzwerk im Aufschwung

Kristen Erdmann, Nicole Grieve / Co-Präsidentinnen mediamus,
Fachverband für Bildung und Vermittlung im Museum

Die Dichte der Museumsinstitutionen in der Schweiz ist beeindruckend: Über 16 Millionen Menschen besuchen die Museen unseres Landes und nehmen an Aktivitäten und Programmen teil, die von Kulturvermittler/innen konzipiert werden. Mediamus verbindet diese Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum und in verwandten Feldern untereinander. Das Netzwerk von Mediamus führt durch alle Sprach- und Kulturregionen der Schweiz bis nach Europa. Es erinnert an ein «Von-Punkt-zu-Punkt-Bild» für Kinder: fertig zusammengefügt, ergibt sich aus den Verbindungen ein engmaschiges Netz, das dem Austausch von Ideen, Wissen und Erfahrungen, der Kooperation sowie der Professionalisierung dient.

Mitglieder: Wegbereiter/innen

Mediamus nahm seinen Anfang mit fünf Pionier/innen der Kulturvermittlung, die 1998 die *Interessengemeinschaft Museumspädagogik* gründeten. Heute zählt der Fach- und Berufsverband Mediamus mehr als 250 Mitglieder, die in Museen oder in verwandten Feldern aktiv sind. Er erhält derzeit keine finanzielle Unterstützung, sondern stützt sich auf das Engagement von Vermittler/innen, die Angebote zur Förderung der Kulturvermittlung entwickeln. Seine Mitglieder wirken als Wegbereitende, die mit ihren innovativen Programmen die Zukunft der Kulturvermittlung in Museen prägen. Ihr Ziel: die Museen selbst auf neue, publikumsfreundliche Wege zu führen. Der Verband setzt auf interdisziplinären Austausch – aus Überzeugung: Kulturvermittler/innen die in einem vielfältigen Spektrum unterschiedlichster Museen arbeiten, können einander inspirieren.

Die Vermittlungslandschaft ist im Wandel. Kulturvermittler sind nicht nur im Museum aktiv, sondern auch in verwandten Feldern wie Kulturstätten,

Galerien, Kunstmessen oder im öffentlichen Raum – überall, wo innovative Kulturvermittlung gefragt ist. Vermittler/innen aus diesen Feldern sind bei Mediamus herzlich willkommen.

Vision: Museum als Begegnungsort für alle

Kulturvermittler/innen machen aus dem Museum und den verwandten Feldern Orte des Dialogs und der aktiven Begegnung mit Kunst, Kultur, Wissenschaft und Kulturerbe. Damit öffnen sie der Gesamtgesellschaft den Zugang zu ihrem Kulturerbe und stärken die soziale Bedeutung und Relevanz der Museen.

Austausch, Kooperation, und Professionalisierung

Mediamus hat drei Hauptziele. Erstens die Verstärkung des Austausches unter den Fachleuten. Dies wird zum Beispiel durch nationale Jahrestagungen und die Unterstützung von Projekten und Tagungen von regionalen Gruppen erreicht. Im Winter 2009 führt Mediamus zudem eine neue, benutzerfreundliche Website ein für die Kommunikation unter den Mitgliedern und für alle, die sich für Kulturvermittlung interessieren. Zweitens sucht Mediamus über die Definition gemeinsamer Ziele Kooperation, zum Beispiel mit VMS/ICOM Schweiz und Kuvrum in Zusammenhang mit dem Internationalen Museumstag. Auf internationaler Ebene arbeitet Mediamus mit den Netzwerken für Kulturvermittlung der Nachbarländer zusammen.

Als Paradebeispiel der bisherigen Zusammenarbeit zwischen Mediamus, dem *Bundesverband Museumspädagogik e.V* und dem *Österreichischen Verband der Kulturvermittler/innen im Museums- und Ausstellungswesen* gelten die *Qualitätskriterien für Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen*, deren Entwicklung Mediamus unterstützt hat. Drittens setzt sich der Verband für die Professionalisierung des Berufes ein, indem er einerseits Arbeitstools zur Unterstützung qualitativ hochstehender Vermittlungsprojekte erarbeitet, andererseits an seine Tagungen Expert/innen einlädt, um aktuelle Fragen der Kulturvermittlung zu thematisieren.

Zukunft von Mediamus

Kulturvermittlung verleiht dem Museum gesellschaftliche Relevanz. Sie betrifft das Museum als Ganzes und muss deshalb entsprechend gefördert und finanziell unterstützt werden. Die Museen der Schweiz sind vielfältig: Vom kleinsten Einpersonbetrieb bis zu sehr grossen Institutionen sind alle Sparten vertreten. In vielen dieser Museen fehlen jedoch Kulturvermittler/innen. Vor diesem Hintergrund will sich Mediamus für die Wahrnehmung und den Stellenwert der Kulturvermittlung innerhalb

der Museen sowie in Öffentlichkeit und Politik einsetzen. Die Bildungs- und Vermittlungsarbeit soll in die Leitbilder, Zielformulierungen und in die finanzielle und personelle Ressourcenplanung der Museen miteinbezogen werden. Sie muss ebenfalls in einer nationalen Kulturstrategie verankert werden. Diese Ziele können nur erreicht werden, indem sich der Verband professionalisiert. So kann er Lobbyarbeit leisten und innovative Projekte unterstützen, um die Anerkennung der Vermittlungsarbeit im Museum und in verwandten Feldern zu fördern.

Vernetzung als Chance

Mediamus will in Zukunft ein stetig wachsendes Netzwerk an Vermittler/innen schaffen, welche die Zukunft des Verbandes durch ihr Engagement und ihre Kompetenz aktiv mitgestalten. So kann Mediamus sichtbar machen, welchen Gewinn die professionelle Bildungs- und Vermittlungsarbeit den Museen, den Besucher/innen und der gesamten Gesellschaft bringt.

Kulturvermittlung in Grossbritannien. Die Rolle der Schweizer Botschaft

Chantal Schleiffer / Kultur-Attachée Schweizer Botschaft London

Die Pflege internationaler kultureller Beziehungen ist ein aktives Element der schweizerischen Aussenpolitik, sowohl auf bilateraler als auch auf multilateraler Ebene. Die Förderung dieser Beziehungen soll dazu beitragen, dass die Ausstrahlung der Schweiz im Ausland besser zum Tragen kommt und dass ein Rahmen für einen ausgewogenen und tragfähigen Dialog mit den anderen Ländern geschaffen wird. Die Aufgabe besteht darin, institutionellen wie nicht institutionellen Partnern im Ausland die vielschichtige Identität der Schweiz zu vermitteln und durch kulturelle Aktionen ein besseres Verständnis für deren Entwicklung zu wecken.

Dialog und Engagement

Diesen Ansprüchen vermag eine Auslandskulturarbeit mit dem primären Ziel der Selbstdarstellung nicht mehr zu genügen. An deren Stelle hat die Förderung eines Kulturdialogs zu treten, der dem gegenseitigen Verständnis dient und beidseitig bereichert.

Der Kulturdialog ist in hervorragender Weise geeignet, über eine Zusammenarbeit interkulturelles Verständnis zu schaffen. Zweifellos bewegt sich auch die Kulturarbeit noch im Spannungsfeld zwischen einem Standpunkt, der sie vorwiegend als Mittel nationaler Interessenwahrung versteht, und einer Optik, die sie als ein ausschliesslich der Sache der Kulturförderung verpflichtetes Instrument auffasst. Diese Gegensätzlichkeit kann indessen durchaus fruchtbar sein, indem sie zu einer stets von neuem zu leistenden Reflexion über Ziele und Möglichkeiten der Kulturarbeit führt.

Mit Hilfe schweizerischer und britischer Partner

Der Schlüssel für eine erfolgreiche Kulturarbeit, egal in welchem institutionellen Rahmen, liegt nicht nur in der korrekten Erfüllung einer Dienstpflicht, sondern ebenso sehr im persönlichen Interesse und Engagement der betreffenden Mitarbeitenden. Über die vergangenen Jahre ist es der Schweizer Botschaft in Grossbritannien zweifellos gelungen, die kulturellen Beziehungen zwischen den beiden Ländern zu stärken und insbesondere dem Austausch zwischen Künstlern und Institutionen ein stärkeres Gewicht zu verleihen. Ausschlaggebend war dabei die enge Zusammenarbeit der Schweizer Botschaft mit Pro Helvetia, dem Bundesamt für Kultur sowie dem Kompetenzzentrum für Kulturaussenpolitik des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten als ihren drei wichtigsten institutionellen Partnern in der Schweiz. Mit dem *Swiss Cultural Fund in Britain*, welcher 1991 ins Leben gerufen wurde, verfügt die Schweizer Botschaft in London über ein weiteres wichtiges Instrument zur Förderung des Kulturaustausches unter Einbezug von privaten Gönnern. Dank dieser vielseitigen Unterstützung kann die Botschaft jährlich eine Vielzahl von Projekten mit britischen und schweizerischen Partnern realisieren und zu einem kulturellen Austausch mit grosser Visibilität beitragen.

Das A und O, schwarz auf weiss

2007 entwickelte Pro Helvetia mit Unterstützung der Schweizer Botschaft in Grossbritannien eine Plattform zur Kulturvermittlung. Die erste Phase dieser Plattform beinhaltete den Austausch zwischen Vertretern schweizerischer und britischer Kulturinstitutionen im Bereich der visuellen Künste. In Form von mehreren Workshops wurden eigene Erfahrungen und aktuelle Herausforderungen der Kunstvermittlung thematisiert und die unterschiedlichen Ansätze in Grossbritannien und der Schweiz besprochen. Es freut mich sehr, dass aus dieser ersten Phase der Kulturvermittlungsplattform die vorliegende Publikation entstanden ist. *Lernen mit Kunst. Blick nach London* bezeugt das grosse Interesse der schweizerischen Teilnehmer und den praktischen Nutzen, welcher aus den Erkenntnissen aus diesen Workshops für die eigene Arbeit gezogen werden konnte.

Kulturförderung in der Schweiz. Die Akteure

Bis in die frühen 1970er-Jahre herrschte in der Schweiz die Meinung vor, Kultur sei Privatsache. Zwar förderten Gemeinden, Kantone und der Bund kulturelles Schaffen, doch ihre Legitimation, ihre Ziele und ihre Massnahmen waren kein Thema der öffentlichen Diskussion. Heute sind die Rollen definiert.

Die Anfänge der bundesstaatlichen Kulturförderung¹

Die traditionelle Kulturförderung des Bundes beschränkte sich auf eine Reihe einzelner Aufgaben ohne bestimmten Zusammenhang: 1848 gründete der Bund das Schweizerische Bundesarchiv, 1890 das Schweizerische Landesmuseum und 1894 die Schweizerische Landesbibliothek. Mit der eidgenössischen Denkmalpflege 1886 und mit dem Bundesbeschluss betreffend Förderung und Hebung der schweizerischen Kunst von 1887 setzten die kulturfördernden Massnahmen des Bundes ein. Mit seiner Botschaft vom 9. Dezember 1938 über die Organisation und Aufgaben der schweizerischen Kulturverwahrung und Kulturwerbung stellte der Bundesrat die *geistige Landesverteidigung* ins Zentrum der kulturpolitischen Massnahmen des Bundes. Mit der Arbeitsgemeinschaft Pro Helvetia wurde eine staatsunabhängige Stelle geschaffen, die den kulturellen Überbau des *Schweizerischen* kräftigen sollte. Erst Ende der 1950er-Jahre nahm die Eidgenossenschaft ausdrücklich kulturelle Bestimmungen in die Verfassung auf: 1958 den Artikel 27^{ter} (neu Art. 71 BV) zur Förderung der einheimischen Filmproduktion und filmkultureller Bestrebungen und 1962 den Artikel 24^{sexies} (neu Artikel 78 BV), der den Bund zum Natur- und Heimatschutz anhält und ihm eine Unterstützungsbefugnis einräumt. 1959 legte Artikel 22^{bis} (Art. 61 Zivilschutz) eine erste Grundlage für den Kulturgüterschutz.

Wer macht was?

Die Kulturförderung fällt in der Schweiz, wie die Bildung, in den Verantwortungsbereich der Kantone und Gemeinden (Kulturhoheit). Während diese meist seit langem schon über rechtliche Grundlagen verfügen, ist die Kulturförderung erst seit 1999 in der Schweizer Verfassung verankert. Artikel 69

der Bundesverfassung bestätigt in Absatz 1 die Zuständigkeit der Kantone für den Bereich der Kultur auf ihrem Gebiet; Absatz 2 begründet eine originäre Zuständigkeit des Bundes überall dort, wo es um kulturelle Bestrebungen von gesamtschweizerischem Interesse geht. Damit ist die Kulturförderung zum festen Bestandteil der Bundespolitik geworden.

Wer zahlt wie viel?

Von den über 1,8 Milliarden Franken jährlicher Kulturaufwendungen der öffentlichen Hand entfallen 913,7 Mio. Franken (50%) auf die Gemeinden, 682,2 Mio. Franken (38%) auf die Kantone, und der Bund steuert 230 Mio. Franken (12%) bei. Private bringen nochmals den gleichen Anteil auf (2008).

Was macht der Bund?

Institutionell teilen sich heute auf eidgenössischer Ebene das Bundesamt für Kultur (BAK) und die öffentlich-rechtliche Stiftung Pro Helvetia die Aufgaben der Kulturförderung. Das BAK unterstützt als Verwaltungsinstanz die kulturellen Dachorganisationen mit Betriebsbeiträgen, engagiert sich in der Kunst- und Denkmalpflege sowie in der Filmförderung, ist zuständig für Kunstvermittlung, Leseförderung, die Beteiligung an Biennalen, den Gesetzgebungsprozess und vieles mehr. Dem BAK sind auch die Nationalbibliothek, das Landesmuseum, das Literaturarchiv und das Centre Dürrenmatt angeschlossen.

Die Kulturstiftung Pro Helvetia

Pro Helvetia ist in der Kulturförderung der öffentlichen Hand eine Akteurin unter mehreren. Als grösste Organisation steht sie in ständigem Kontakt mit dem BAK, dem Eidgenössischen Departement für Auswärtige Angelegenheiten (EDA), den Kantonen (Konferenz der Kantone) und den Städten. Die Kulturstiftung Pro Helvetia hat den gesetzlich definierten Kulturauftrag, im Inland das Überlieferte zu schützen, das Entstehende zu fördern, das Geschaffene über die Sprachgrenzen hinweg zu vermitteln und für den kulturellen Austausch mit dem Ausland zu sorgen.

Janine Wagner

Kunst für alle?

Marianne Burki / Leiterin Visuelle Künste, Pro Helvetia

In vielen Ländern ist Kulturvermittlung schon längere Zeit prominenter Teil der Kulturförderung. Auch in der Schweiz unterstützen private Stiftungen sowie Städte und Kantone zunehmend Vermittlungsaktivitäten. Die kulturelle Bildung, in Europa und den USA seit Jahren diskutiert, ist zurzeit ein gewichtiges Thema der Schweizerischen Unesco-Kommission. Und für die Finanzierungsperiode 2008–2011 hat Pro Helvetia Vermittlung als einen von drei Schwerpunkten gewählt. Kulturvermittlung ist offenbar heute ein Thema von Relevanz.

Wer findet den Weg zur Kunst?

Das zunehmende kulturpolitische Interesse an Vermittlung ist zumindest teilweise als Reaktion auf den lauter werdenden Ruf nach einem Einbezug breiterer Bevölkerungsschichten in die staatlich geförderte Kunst zu werten. Der Verdacht, dass hier Steuergelder nur einigen wenigen zugute kommen, ist nicht unberechtigt. Auch die jüngste Statistik des Bundesamtes für Kultur zeigt, dass Bildung und Einkommen nach wie vor über den Zugang zu Kunst und Kultur entscheiden. Doch lässt sich dies überhaupt ändern? Mit welchen Massnahmen lassen sich die Schwellen abbauen? Wer soll sich daran beteiligen? Geht es auch darum, grundsätzlich das kulturelle Angebot und die Rolle der Kunst in der Gesellschaft zu überdenken?

Auch Pro Helvetia unterstützt seit geraumer Zeit Vermittlungsprojekte auf nationaler Ebene, jedoch ohne dies als spezifisches Fördergebiet hervorzuheben. In der aktuellen Fassung des zurzeit diskutierten Kulturfördergesetzes wird Pro Helvetia unter anderem mit dem Auftrag der Kulturvermittlung betraut: Ein weiterer Grund für die Schweizer Kulturstiftung, «Vermittlung» zum Thema zu machen. Doch was ist Vermittlung? Wo beginnt sie und wo hört sie auf? Ist ein gutes Plakat bereits Vermittlung? Oder eine Museumsnacht oder ein Kunstprojekt in den Bergen? Geht es erst um «Vermittlung», wenn Wissen übermittelt wird?

1) Bundesamt für Kultur (www.bak.admin.ch, www.nb.admin.ch/bak/themen)

Vermitteln? Das tun wir doch alle

Wenn hier die Antwort in Bezug auf die Akteure hinter diesen Produkten gegeben wird, dann lautet sie: Ja, alle diese Aktivitäten, auch die Gestaltung eines guten Plakates, haben vermittelnde und kommunikative Aspekte. Wird jedoch die Frage in Bezug auf Interaktion mit möglichen Teilhabern an diesen Projekten gestellt, wird die Antwort komplexer ausfallen. Wen erreichen diese Aktivitäten? Die Presse? Kunstinteressierte? Wanderer, die nicht an Kunst interessiert sind? Verändert sich das Projekt durch diese neuen Kontakte?

Macht Kunst glücklicher?

Aus Sicht der Politik stellt sich auch die Frage, was eine Investition in Vermittlung bringt. Müssen sich denn alle unbedingt mit Kunst und Kultur beschäftigen? Verändern sich die Beteiligten: Werden sie zu besseren Menschen? Verbessern sich ihre schulischen Leistungen? Gibt es weniger soziale Konflikte? Soll Vermittlung ein Ort sein, an dem zwischen Kunst und unterschiedlichsten gesellschaftlichen Akteuren verhandelt wird? In einem ersten Schritt geht es jedoch noch gar nicht um die Beantwortung dieser Fragen, sondern darum, Wahlmöglichkeiten zu schaffen, die heute einem Teil der Bevölkerung weitgehend fehlen: Erst wenn ich weiss, wie ein elektronisches Navigationsgerät funktioniert, kann ich mich entscheiden, ob ich ein solches benutzen will oder nicht: Ganz bestimmt darf es nicht sein, dass nur einige wenige «Gebrauchsanleitungen» erhalten.

Förderung von Kulturvermittlung

Grossbritannien hat eine lange Tradition der Förderung von Kulturvermittlung. Die Wirkung zeigt sich unter anderem in den Kulturinstitutionen: So ist die Vermittlung oft in der Geschäftsleitung vertreten und nimmt entsprechend Einfluss auf die Gestaltung des Veranstaltungsprogramms. Damit verändern sich auch die Berufsbilder im Kunstbetrieb, etwa die Beziehung zwischen Kurator/in und Vermittler/in. Auch die Inhalte von Projekten eröffnen ein weites Spektrum von Kulturvermittlung und damit auch von deren Förderung: Entsprechend unterschiedlich sind die Berufsbilder in den beiden Ländern. Auch die Sprache zeigt, wie differenziert und spezialisiert Vermittlungsaktivitäten in England sind: *Public programmes, gallery education, outreach projects, community arts or participatory art forms* und *arts education* sind nur einige der Ausdrücke, die wir im Deutschen mit Kunstvermittlung übersetzen würden. Zurzeit zeichnet sich auch in der Ausbildungswelt, insbesondere auf Hochschulstufe, in der Schweiz eine Veränderung ab: Innert kürzester Zeit entstanden an Fachhochschulen vier neue Ausbildungslehrgänge in Vermittlung. Mehrere Symposien diskutierten Berufsbild, Qualität und Profes-

sionalität von Kulturvermittlung. Es ist absehbar, dass sich das Berufsbild und der Stellenwert von Vermittlung gerade an Institutionen in den nächsten Jahren stark verändern wird, wie das Beispiel England zeigt.

Schwerpunkt Kunstvermittlung bei Pro Helvetia

Der Schwerpunkt von Pro Helvetia ist eine Möglichkeit, diesen Fragen nachzugehen, gemeinsam mit Partnern aus Förderung und Praxis Kriterien für eine qualitätvolle Kulturvermittlung zu aktualisieren oder neu zu definieren. Er legt seinen Fokus auf Wissensbildung, Reflexion und Netzwerkarbeit und auf die Förderung von zukunftsweisenden Projekten. In einer Pilotphase 2008–2009 beschäftigte sich Pro Helvetia mit der Frage nach der *best practice* und zentralen Bedürfnissen von Vermittlung im Bereich Visuelle Künste und Tanz.

Pilotphase Pro Helvetia: Best practice?

In einem ersten Schritt organisierte die Abteilung Visuelle Künste in Zusammenarbeit mit der Schweizer Botschaft in London einen Workshop mit je fünf Vermittlerinnen aus England und aus der Schweiz. Dieser informelle Rahmen ermöglichte den Austausch von Erfahrungen zu Praxis und Theorie und gab Raum, Bedürfnisse bezüglich der Förderung von Vermittlung zu formulieren. Hier wurde deutlich, wie stark der Begriff des Lernens und damit auch des Vermittelns gesellschaftlich bestimmt ist. Die Diskussionen drehten sich unter anderem um die Bedeutung von Wissenstransfer und die Wirkung von intuitivem Erfahren durch Partizipation. In einem zweiten Schritt fanden 2008 in Zürich von den Teilnehmerinnen konzipierte Workshops in Museen sowie ein Symposium zum Thema Vermittlung statt. Pro Helvetia wird sich bis Ende 2011 intensiv mit Vermittlung befassen. Als Kulturvermittlung bezeichnet Pro Helvetia Aktivitäten, die aktiv Verbindungen zwischen Kunst und verschiedenen Bevölkerungsgruppen herstellen. Dies, indem sie den Zugang zur bestehenden Kunst erleichtern, indem sie neue Angebote entwickeln, indem sie Kunst in neuen Kontexten einsetzen oder indem sie den bestehenden Kunstbegriff infrage stellen. Am Ende des Schwerpunktes soll ein Instrumentarium für eine zielgerichtete Förderung der Kulturvermittlung zur Verfügung stehen. Der internationale Dialog, ein weiterer wichtiger Aspekt innerhalb des Schwerpunktes, kann hier neue Modelle und Erkenntnisse bringen.

„It's beautiful, isn't it?“ Beobachtungen in den Londoner Museen

Dorothee Messmer / Präsidentin Verband der Museen der Schweiz

«It's beautiful, isn't it?» rief mir eine ältere Dame des Aufsichtspersonals lächelnd im Vorbeigehen zu, als ich in der Dulwich Picture Gallery selbstvergessen ein Selbstbildnis von Rembrandt betrachtete. Es sind Szenen wie diese, die mir von meinen vielen Besuchen in Museen und Art Galleries während meines halbjährigen Aufenthalts in London im Gedächtnis haften bleiben.

Alt und Jung im Museum

Londons Museen sind gut besucht. Und was noch mehr erstaunt, sie sind laut und voller Leben. Da wird nicht nur geflüstert und ehrfürchtig gestaunt, sondern bisweilen laut geredet, gestikuliert und gelacht. Das Publikum ist heterogen und multikulturell. So trifft man (neben den allgegenwärtigen Touristen) Menschen verschiedenster Ethnien und Altersgruppen an. In den Kunsträumen der White Chapel Gallery oder im ICA (Institute für Contemporary Art) sind auffällig oft auch ältere Leute und Familien mit kleinen Kindern zu sehen. In den eher klassischen Museen wie der Royal Academy of Arts oder der National Portrait Gallery, in der Wellcome Collection oder im Sir John Soane Museum begegnen einem dagegen auch oft junge Besucher, alleine oder in Gruppen. Leute mit Einkaufstaschen, Tee trinkende Damen, skizzierende Studentinnen, Männer im Businessanzug, die am Computer sitzen, oder junge Mütter mit ihren Kleinkindern beim Nachmittagstalk treffen sich in den heiligen Hallen, um Kunst zu sehen, sich auszutauschen oder ganz einfach die Infrastruktur des Museums zu benutzen.

Wider die Schwellenangst

Die Schwellenangst, die bei uns immer wieder spürbar ist, scheint hier viel niedriger zu sein. Woran liegt das? Einige Gründe stachen mir als Besucherin ins Auge:

> Die **Sammlungen** aller staatlichen Museen, aber auch einiger kleinerer Häuser mit begrenztem Etat, sind **unentgeltlich zugänglich**, was die Besucher in Scharen anlockt. Der Zugang zu den Institutionen wird dadurch enorm erleichtert. Viele Wechselausstellungen sind allerdings nur gegen einen stattlichen Preis zugänglich. Ein Beispiel hierfür ist das Science Museum, dessen grosse Sammlung frei zugänglich ist. Dafür bezahlt man für die jährlich wechselnde Ausstellung (2009 mit den populären Animationsfiguren *Wallace & Gromit*) umgerechnet 17 Franken pro Person.

> Die **Infrastruktur** vieler Häuser ist enorm gross. So bieten viele Museen Cafés oder Restaurants an (in denen man oft erstaunlich gut isst). Man trifft sich zum Lunch im Museum, isst Kuchen oder trinkt gemeinsam Tee – mit oder ohne Museumsbesuch. Die Wellcome Collection etwa bedient im Eingangsbereich ein Restaurant, das mit täglich wechselnden Menus und einem Frühstücksangebot aufwartet. Der Internetzugang ist zudem gratis. Man reagiert damit bewusst auf ein Bedürfnis vieler Besucher, vor allem aber auch von Studierenden, die in der nahegelegenen British Library arbeiten.

> In vielen Häusern gibt es für Schweizer Verhältnisse über Gebühr viele **Sitzmöglichkeiten**. Die Museumsshops sind reich bestückt und so gut besucht, dass dies einer der grossen Londoner Zeitungen vor einem Monat eine Schlagzeile wert war.

> Einige Institutionen sind eigentliche Mehrspartenhäuser, sie verfügen über eigene **Bibliotheken und Buchhandlungen**, zeigen **Filme** oder beherbergen gar **Theater- oder Konzertsäle**. Damit erreichen sie eine immens grosse Zielgruppe, wie das an der Mall gelegene Institute for Contemporary Arts (ICA), das über ein Kino verfügt und Musikkonzerte veranstaltet. Die Ausstellungssäle bleiben denn auch bis 23 Uhr offen.

> Das **Veranstaltungsangebot** ist immens und vielfältig. Die Whitechapel Gallery beispielsweise führt, neben den üblichen Talks und Führungen, auch Aus- und Weiterbildungskurse im Angebot.

> Dabei ist es in den letzten Jahren einigen Häusern gelungen, **gemeinsame Auftritte** zu generieren und Eröffnungen und Events zu koordinieren, etwa die monatlichen gemeinsamen längeren Öffnungszeiten der Kunstinstitutionen (*first thursdays*).

> Viele der **kleineren (Kunst-)Institutionen sind in grössere Zentren eingebettet**. Ein Beispiel hierfür ist die etwas abseits in einem Betonbau

beheimatete, aber hervorragend kuratierte Hayward Gallery. Sie ist an das Southbank Centre angegliedert und profitiert von all den Festivals und Aktivitäten in diesem zentralen und von der Londoner Bevölkerung geliebten Kulturbegegnungszentrum.

Education – ein positiv besetzter Begriff

Hinter all diesen Entwicklungen steht jedoch eine generelle Haltung gegenüber der Kultur, die ich (als Schweizerin mit einem eher verklärten Blick) sehr positiv wahrnehme. So beeindruckt es mich immer wieder, wie kulturversessen und wissbegierig die Engländer sind. Die Veranstaltungen, die ich besuche, sind meist voll, und im Fernsehen werden laufend Sendungen ausgestrahlt, die sich kulturellen Themen widmen. Ein Beispiel unter vielen ist die BBC-Sendung *Bargain Hunt*, in der Kandidaten mit etwas Geld und der Hilfe von Experten auf Einkaufstour geschickt werden mit der Aufgabe, auf Antikmärkten Objekte zu kaufen, die dann anschliessend an eine Auktion gelangen. Dies wird jeweils mit einer Expertise über die Funktion, die Geschichte, die Herkunft und den Wert des Gegenstandes verknüpft.

Die Bedeutung der Medien spielt eine grosse Rolle. Das Kulturmagazin *Timeout* oder die grossen Zeitungen berichten laufend über neue Ausstellungen und geben Tipps für Veranstaltungen. Allen voran *The Guardian*, auf dessen Website Videos abgerufen werden können über Ausstellungsbesuche, aktuelle Diskussionen und politische Debatten.

Museen für alle?

Wie weit der Staat und die Stadt London diese Entwicklung beeinflussen, kann ich nicht beurteilen. Das britische Museumssystem scheint traditionell immer schon sehr auf die Vermittlung gesetzt zu haben, und einige der Londoner Museen wurden gar aufgrund philanthropischer Überlegungen gegründet (z. B. Whitechapel, V & A Museum for Childhood). Die Tatsache, dass die staatlichen Museen seit 2001 gratis sind, weist jedoch auf ein Produkt der Labour Politik hin. Interessant ist zudem der Hinweis einer Kollegin, dass die englischen Museen unter einem grossen Druck stehen, einen Impakt aufweisen zu können. Gerade dieser Druck, meint sie, hätte das Museumssystem aber dazu gebracht, aktiv auf «museumsferne» Besuchergruppen zuzugehen.

Als Kuratorin eines Kunstmuseums fernab der grossen Kulturmeilen war ich bisher eher skeptisch eingestellt gegenüber der «Eventitis», wie der zunehmende Hang zu Veranstaltungen und Events gerne genannt wird. Mit den Erfahrungen in London im Gepäck werde ich bezüglich meiner Bedenken und meinem Verhältnis zu High and Low aber nochmals differenziert über die Bücher gehen müssen.

Alphabet der Vermittlung

Inspiriert von London

Das Wichtigste noch einmal auf den Punkt gebracht: zum Querlesen, Nachschlagen und Sich-inspirieren-Lassen. Würde sich diese Gedankensammlung auf die Situation der Vermittlung in Russland oder im Iran beziehen, sähe sie ganz anders aus. Es ist eine Sammlung des Vokabulars, welches in London für die Vermittlung verwendet wird. Die Liste ist dazu da, erweitert und diskutiert zu werden.

Aktivismus ist das Gegenteil von dem, was in der Vermittlungsarbeit angestrebt wird. Aktivitäten sind nicht dazu da, eine Gruppe zu beschäftigen, sondern sollen im Sinne eines aktiven Handelns näher an die Ausstellungen heranführen und zu einer vertieften Erfahrung mit der Kunst verhelfen.

Allgemeingut Kultur soll allen zugänglich sein. Vermittlungsprojekte, die sich an die unterschiedlichsten Gruppen richten (z. B. Menschen mit einer Behinderung, ausländische Kinder, verschiedene Altersklassen, sozial unterschiedliche Gruppen etc.), helfen einen Zugang zu schaffen.
> *Zugang*

Art as the starting point Ausgangspunkt für jede Aktivität der Kunstvermittlung ist die Kunst selbst.

Arts Council England Der *Arts Council* unterstützt mit dem Geld aus den Lotterie-Einnahmen das Kunstschaffen aller Sparten inkl. Kunstvermittlung und ist zudem für eigene Projekte verantwortlich, etwa die Organisation der kulturellen Olympiade, welche 2012 den Sportanlass begleiten wird. Neben dem

nationalen *Council* gibt es neun regionale Stellen. Es gibt keine Eingabefristen für Gesuche, das *London Office* zum Beispiel vergibt jede Woche Beiträge.
> *Finanzen*

Atelier Ort für handwerkliche und künstlerische Arbeit. In England gibt es in den meisten Museen und Kunsthallen Studios für die gestalterische Umsetzung des Gesehenen. Zum Teil haben Kunstschaffende ihre Ateliers direkt im Museum.

Ausstrahlen Die Vermittlungsaktivitäten der Museen reichen oft weit über die Museumsmauern hinaus. Um ein möglichst breites Publikum zu erreichen, arbeiten sie direkt in den Schulen (z. B. die *Photographers' Gallery*) oder auf der Strasse (die *Whitechapel Gallery* mit dem *Street Project*). > *Collaboration*

Collaboration Zusammenarbeit ist fruchtbar. Innerhalb einer Institution führt der Austausch zwischen Kuratoren und Vermittlern bereits in der Konzeptphase zu innovativen Projekten und Ausstellungen. Die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen erweitert den Publikumskreis, die Wirkung eines Projekts und die Finanzierungsmöglichkeiten. So arbeitet die *Serpentine Gallery* für ein Projekt mit der *Royal Music Hall* zusammen, für ein anderes mit *BBC Radio (Blast)*.

Cross-curricular (fächerübergreifend) Lernen durch Kunst heisst mehr als Lernen über Kunst. Inhalte aus anderen Fachbereichen können ins Museum mit eingebracht werden.

Curator Nebst Ausstellungskuratoren gibt es auch Curators für das *education programme*, die für die Konzeption der Vermittlungsangebote zuständig sind.

Engage (sich einsetzen) ist der Name des englischen Netzwerks für Vermittlung in Museen. *Engage* ermöglicht den Austausch unter den Mitgliedern, betreibt eine Internetplattform, publiziert und beteiligt sich an Forschungsprojekten.

Enquire (nachforschen) ist der Name eines nationalen Projekts, welches seit 2004 Schulen, Kunsthallen und Kunstschaffende zusammenbringt, um mehr über die Auswirkungen der Kunstvermittlung auf das Lernverhalten von Schülerinnen und Schülern herauszufinden. Das Projekt wird von Universitäten und dem Fachverband für Vermittlung > *engage* wissenschaftlich begleitet. Über jede Projektphase wird ein Forschungsbericht verfasst. 2009 befindet sich das Projekt in einer vierten Phase der Ausweitung. *Enquire* bietet allen beteiligten Berufsleuten (Lehrpersonen, Vermittlungspersonal, Kunstschaffenden) kostenlose Weiterbildungen.

Evaluation Projekte werden intern oder von externen Experten evaluiert, zum Beispiel in der *Photographers' Gallery*. Das reiche Angebot wird auf seine Wirkung hin überprüft. Dadurch werden Erkenntnisse für neue Projekte gewonnen.

Experten Die Vermittlung bezieht Experten aus allen möglichen Fachrichtungen mit ein, wann immer es der Sache förderlich ist: Künstler, Naturwissenschaftler, Archäologen, Historiker und andere. Der Austausch ist bereichernd für alle Beteiligten und fördert ein vernetztes Lernen und Denken. > *cross-curricular*

Finanzen Mit dem > *Arts Council* hat sich Grossbritannien ein mächtiges Instru-

ment gegeben, das dank eines grosszügigen Budgets und viel Unabhängigkeit sowohl die Kulturproduktion als auch die Vermittlung breit fördern kann. So ist in vielen Institutionen das Grundangebot der Vermittlung gesichert. Für Spezialprojekte braucht es jedoch Zuwendungen von Stiftungen, Grossfirmen oder privaten Gönnern.

Flexibilität ist eine der Grundanforderungen an Vermittlungspersonen. Sie bewegen sich zwischen statischen Gegenständen und Publikumsgruppen, die immer und in jeder Hinsicht in Bewegung sind.

Forschung Vermittlungsarbeit wird in England durch integrierte Forschung unterstützt > *enquire*. Die ersten Resultate betonen die positiven Auswirkungen der Vermittlungsarbeit auf das gesamte Lernverhalten eines Menschen. Solche wissenschaftlich belegten Erkenntnisse fördern die Bedeutung des Berufsstandes und das Ansehen von aussen, was sich unter anderem auf die langfristige Finanzierung der Vermittlungsprogramme positiv auswirken kann. In der Schweiz sind zurzeit verschiedene Forschungsprojekte im Aufbau begriffen.

Frauen In der Vermittlung arbeiten meist Frauen. Zwischen Kunst und Menschen vermitteln – auch in England ist der Beruf hauptsächlich in Frauenhand.

Gallery ist nicht gleich «Galerie». Das englische *gallery* bezeichnet nicht einen kommerziellen Kunstraum, sondern entspricht auf Deutsch der Kunsthalle, also einem Kunstmuseum ohne eigene Sammlung. Aber keine Regel ohne Ausnahme: Die *Courtauld Gallery* verfügt über eine äusserst wichtige Sammlung an mehrheitlich impressionistischer Kunst.

Gastfreundschaft Die Gastfreundschaft eines Museum geht über den Wein an der Vernissage hinaus. Auch der gratis Eintritt gehört dazu > *gratis*, auch dass Besuchende mit Taschen durch die Räume spazieren können, ohne dass diese abgegeben oder durchleuchtet werden müssen. Gastfreundschaft zeigt sich auch beim Feiern von Festen, etwa dem Sommerfest im *Camden Arts Centre* oder dadurch, dass sich in der *Photographers' Gallery* das Museumscafé mitten im Ausstellungsraum befindet.

Gratis ist in England der Zugang zu beinahe allen Sammlungsausstellungen. So geht man auch mal für 20 Minuten ins Museum: Es herrscht ein reges Kommen und Gehen. Einzig der Zutritt zu Sonderausstellungen muss bezahlt werden.

Integration Der Kulturvermittlung kommt eine wesentliche Rolle bei der Integration von Migranten und sozialen Randgruppen zu – für das Einwanderungsland Grossbritannien und den Schmelztiegel London ist dies von grosser Wichtigkeit. So gehört es seit 1997 zum Auftrag der Vermittlung, sogenannte benachteiligte Gruppen anzusprechen, um staatliche Fördergelder zu bekommen. Dasselbe gilt für Stiftungen und Firmengelder.

Involve (mit einbeziehen) In London ist es selbstverständlich, Quartierbewohner, Kunstschaffende, Schulen, Lehrpersonen und Museumsangestellte in die Vermittlung mit einzubeziehen.

Konzipierung Die Leiterinnen der > *Learning Departments* sind oftmals nur in der Planung und Auswertung eines Projekts mit dabei. Den direkten Kontakt zu den besuchenden Gruppen haben dann Kunstschaffende und Kunsthistoriker/innen.

Kontakt aufnehmen Zur Vorbereitung von Museumsprojekten besucht die Vermittlerin die zukünftige Publikumsgruppe in deren Umfeld, z. B. in der Schule oder in der Klinik. Dieses Kennenlernen vor Ort hilft der Vermittlerin, optimal auf die Besuchenden eingehen und sie im Projekt begleiten zu können.

Kreativität Der kreative Sektor ist der am schnellsten wachsende und stellt den grössten Anteil am britischen Exportgeschäft.

Kunstschaffende sind an der Vermittlung beteiligt. Voraussetzung dafür ist, dass sie ein Interesse an der Interaktion mit dem Publikum und eine Wertschätzung gegenüber der Lernsituation mitbringen. Alle Beteiligten profitieren von der Zusammenarbeit: Das Publikum lernt nicht nur eine Ausstellung kennen, sondern auch eine reale, lebende Person, die Kunst praktiziert. Die Vermittlung profitiert von der Praxis der Kunstschaffenden, indem diese ihre eigenen Techniken und Herangehensweisen in die Interpretation der Ausstellung einbringen. Die Kunstschaffenden selbst profitieren von der Interaktion, indem sich ihre Wahrnehmung erweitert, sie vielleicht neue Inspiration schöpfen und eine Verdienstmöglichkeit haben.

Learning Department In englischen Museen wird der Begriff *Education Department* immer häufiger durch *Learning Department* ersetzt. Daraus ist abzulesen, dass es der Vermittlung nicht um Erziehung, sondern um selbst entdeckendes Lernen geht. Auch in der Schweiz ist ein entsprechendes Umdenken vom Begriff *Museumpädagogik* hin zu *Vermittlung* zu beobachten.

Lehrpersonen sind die Partner der Kulturvermittlung. Es gilt herauszufinden, wie am besten zusammengearbeitet

werden kann. Das bedeutet auch, die Lehrpersonen in ihrer Rolle zu stärken und Weiterbildungen anzubieten.

Managerinnen Die englischen Vermittlerinnen haben das Auftreten und die Verantwortung von Managerinnen. Ihre Haupttätigkeit ist das Konzipieren von Vermittlungsprojekten > *Konzipierung*. Dank den Forschungsergebnissen sind in England die positiven Auswirkungen des Lernens durch Kunst belegt, was den Stellenwert der Vermittlung gestärkt hat. > *Forschung*

Methodenwahl In der Vermittlung ist es wichtig, klare Positionen einzunehmen: Geht es um Wissensvermittlung oder geht es um Wahrnehmungsförderung? Die Vermittlerin muss sich immer bewusst sein, welche Methode sie wann einsetzt. Beides hat seinen Platz.

Online Learning Viele Museen haben einen stark ausgebauten Internetauftritt. Ortsunabhängig und zu jeder Zeit kann ein Museumsbesuch daher online vor- oder nachbereitet werden. Die Internetauftritte bieten meist vielfältige Möglichkeiten, insbesondere durch Lernspiele.

Prozessorientiert Manchmal bleibt das Wichtigste, was man gelernt hat, unsichtbar. Es ist gefährlich, die Vermittlung immer an ihren sichtbaren Resultaten messen zu wollen oder Aufgaben um der Resultate willen zu stellen.

Publikum Eine engagierte Vermittlungsabteilung kennt das soziale Umfeld ihrer Institution und geht aktiv auf mögliche Publikumsgruppen zu. Wer lebt ausserhalb der Museumsmauern? Wie organisieren sich die unterschiedlichen sozialen Gruppen? Ein Kontakt kommt meist über die Leiter von Vereinen oder Interessengemeinschaften zustande. Dies kann

ein langer Prozess sein, der Jahre dauert, bis eine Zusammenarbeit zustande kommt. Dabei ist gegenseitiges Vertrauen die Basis eines erfolgreichen Projektes.

Quirlige Museen Muss ein Museum immer ein Ort der Kontemplation und der Ruhe sein? Ein Tempel der Wissenschaft? In London quellen viele Museen über mit Besuchenden, ohne dass man sich darob gestört fühlen würde, ist doch die Atmosphäre locker und lustvoll.

Residencies Atelieraufenthalte für Kunstschafter gibt es auch bei uns. In England können diese aber auch in einem Museum oder an einer Schule stattfinden. Dort wird den Kunstschaftern ein Arbeitsraum zur Verfügung gestellt. Im Gegenzug beteiligen sie sich am Geschehen vor Ort, arbeiten mit Klassen oder Besuchergruppen und verfolgen daneben auch ihre eigenen Projekte.

Stellenwert Die Kulturvermittlung geniesst in England einen hohen Stellenwert. Was eine lange Tradition hat, wurde noch gestärkt von den ersten Forschungsergebnissen von > *enquire*, welche belegen, dass die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur das Leben auf positive Art und Weise beeinflusst. > *Forschung*

«The exchange of ideas is thrilling» (Zitat Henrietta Hine, Courtauld Gallery). In England nimmt der Austausch von Ideen einen hohen Stellenwert ein. Er wird aktiv gepflegt in Netzwerkprojekten wie > *engage* und dem Forschungsprojekt > *enquire*. Die Freude an neuen Ideen und Sichtweisen ist eine Grundhaltung, welche in jeder Vermittlungssituation zum Tragen kommt.

Übersetzen Die Vermittlungsperson sollte Inhalte in die Sprache ihres Gegen-

übersetzen können. Mit dem Erziehungsminister muss gleichermaßen erfolgreich kommuniziert werden wie mit einer obdachlosen Person oder einer Schülerin, welche zum ersten Mal ein Museum betritt.

We (wir) In England war überall von *we* die Rede. Keine Person in einer leitenden Stellung hat von sich selbst gesprochen, immer war das Team mitgemeint. *We* ist Ausdruck einer verinnerlichten Haltung; Vermittlung ist ein Miteinander – ein Zusammenspiel von Kuratorinnen, Kunstschaftern und Vermittlern.

Zugang Englische Museen bieten eine Fülle an Programmen, in welchen Leute aus allen Schichten und Kreisen zur Kultur hingeführt werden. Alle dürfen und sollen dabei sein, jede Person auf ihre eigene Art und Weise. Alle haben Anrecht auf Kultur und Kunst.

Zu viel? Zu viel Publikum? Kann es auch zu viele Menschen in den Museen haben?

Fehlt Ihnen ein Begriff? Gerne nimmt Kuverum weitere wichtige Gedanken oder Beobachtetes ins *Alphabet der Vermittlung* auf. Senden Sie Ihre Ergänzung an info@kuverum.ch

Autorinnen



Marianne Burki

Seit 2005 Leiterin Visuelle Künste, Pro Helvetia. Studium der Kunst- und Architekturgeschichte an der Universität Bern; New York Film Academy;

Kulturmanagement Stapferhaus Lenzburg; Mitarbeiterin beim *Bund* (Feuilleton); Projektleiterin Paul-Klee-Stiftung; Lehraufträge in Biel und Bern; Leiterin Kunsthaus Langenthal



Kristen Erdmann

Co-Präsidentin von Mediamus. Kunstvermittlerin im Museum Langmatt Baden; Beirätin Kuverum; CAS Kuverum FHNW, Studium Design

und Kunstgeschichte in Kalifornien und in Lund, Schweden



Nicole Grieve

Co-Präsidentin von Mediamus. Kulturvermittlerin in Site archéologique de la Cathédrale Saint-Pierre und Musée international de la Réforme,

Genf; Master of Arts, Universität Genf; Projektmanagement, Musées d'art et d'histoire, Genf



Prof. Carmen Mörsch

Projekte und Forschung in Kunst, Kunstvermittlung und kultureller Bildung. Juniorprofessorin der Kulturwissenschaft, Universität

Oldenburg. Begleitforschung zur Vermittlung der documenta 12. Seit 2008 Leiterin des Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste.



Chantal Schleiffer

Studium der Kunstgeschichte am Sotheby's Institute of Art (University of Manchester) London; Koller Auktionen (Galerie Koller AG) Zürich;

Projekt-Managerin UBS Art Collection; Seit 2008 Kultur-Attachée Schweizer Botschaft London.



Dorothee Messmer

Kunsthistorikerin, Präsidentin des Verbandes der Museen der Schweiz (VMS/AMS); Kuratorin des Kunstmuseums Thurgau; Tätigkeit als freie

Kuratorin, u. a. für die Internationalen Lichttage Winterthur 2010, diverse Katalogpublikationen, Schwerpunkte: Kunst und Gesellschaft, Kunst und Religion, Kunst und Politik, museumspezifische Themen

Kuverum Lehrgang für Kulturvermittlung und Museumspädagogik

Lehrgang

Der Lehrgang richtet sich an kulturell Interessierte aus verschiedenen Bereichen. Sie haben eine pädagogische Ausbildung, ein abgeschlossenes Studium, ausgewiesene Museumspraxis oder arbeiten bereits längere Zeit in einem gestalterischen oder künstlerischen Beruf. Die Teilnehmenden sind in verschiedenen Vermittlungsbereichen tätig. Der Lehrgang dauert 45 Kurstage und schliesst mit einem Zertifikat der Fachhochschule Nordwestschweiz ab.

Was Kuverum auszeichnet

Die eigene Zielsetzung der Teilnehmenden wird mit der Vermittlungsarbeit im Bereich Kultur in Verbindung gebracht. Durch eigenständiges Tun, Nachdenken und Sicheinbringen werden die eigenen Zielsetzungen für den Kurs konkretisiert. Die Anliegen und Wünsche der Teilnehmenden bestimmen zum Teil den Inhalt des Studiengangs.

Lernziele

Im Verlauf der fünf Module lernen Studierende ihren eigenen Standort, die persönlichen Ressourcen kennen und machen praxisnahe Erfahrungen anhand gemeinsamer und eigener Projekte.

Grundkenntnisse

Die Teilnehmenden lernen verschiedene Sichtweisen kennen und werden mit dem Umfeld der Vermittlung bekannt. Dies ist Basis für eine Zusammenarbeit mit Institutionen und Organisationen.

Netzwerk und Erfahrung

Im Bereich der Kulturvermittlung und der Museumspädagogik ist viel Erfahrung vorhanden. Die Gruppe besucht Institutionen und als Vermittler tätige Personen in der Schweiz und im Ausland. Dabei lernen die Studierenden unterschiedlichste Formen der Vermittlung kennen. Diese Beispiele regen zu eigenen Projekten an.

Eigene Projekte

Die Gruppe gibt den einzelnen Teilnehmenden Rückhalt, um (erste) eigene Projekte zu planen, durchzuführen und auszuwerten.

Dokumentieren und publizieren

Der Studiengang wird in verschiedensten Formen reflektiert und dokumentiert. Studierende haben Teil an einer gemeinschaftlichen Produktion und lernen die einzelnen Produktionsschritte kennen. Dieses Erarbeiten ist Reflexion über das Erlebte, Gelernte, Erfahrene und gleichzeitig ein Ausweis der genossenen Bildung und eine Kursevaluation.

www.kuverum.ch

Adressen in England und in der Schweiz

4 Strategien

Camden Arts Centre

www.camdenartscentre.org
Arkwright Road
London NW3 6DG
Telefon +44 (0)20 7472 5500

Courtauld Institute of Art

www.courtauld.ac.uk
Somerset House
Strand
London WC2R 0RN
Telefon +44 (0)20 7872 0220

Serpentine Gallery

www.serpentinegallery.org
Kensington Gardens
London W2 3XA
Telefon +44 (0)20 7402 6075

Whitechapel Gallery

www.whitechapel.org
77-82 Whitechapel High Street
London E1 7QX
Telefon +44 (0)20 7522 7888

Kopiervorlagen

British Museum

www.britishmuseum.org
Great Russell Street
London WC1B 3DG
Telefon +44 (0)20 7323 8299

Covent Garden

www.coventgardenlife.com

ICA

Institute of Contemporary Arts
www.ica.org.uk
12 Carlton House Terrace
London SW1Y 5AH
Telefon +44 (0)20 7930 0493

Museum of London

www.museumoflondon.org.uk
150 London Wall
London EC2Y 5HN
Telefon +44 (0)87 0444 3852

National Gallery

www.nationalgallery.org.uk
Trafalgar Square
London WC2N 5DN
Telefon +44 (0)20 7747 2885

National Trust (Tudorhaus, Museum)

www.nationaltrust.org.uk
Sutton House
2 & 4 Homerton High Street
Hackney
London E9 6JQ
Telefon +44 (0)20 8986 2264

Photographers' Gallery

www.photonet.org.uk
16-18 Ramillies Street
London W1F 7LW
Telefon +44 (0)84 5262 1618

Science Museum

www.sciencemuseum.org.uk
Exhibition Road
South Kensington
London SW7 2DD
Telefon +44 (0)87 0870 4868

Tate modern

www.tate.org.uk
Bankside
London SE1 9TG
Telefon +44 (0)20 7887 8888

Victoria and Albert Museum

www.vam.ac.uk
Cromwell Road
London SW7 2RL
Telefon +44 (0)20 7942 2000

Fundamente

Arts Council England

www.artscouncil.org.uk
2 Pear Tree Ct
London EC1R 0DS
Telefon +44 (0)845 300 62

Engage

Nationale Vereinigung
für Kulturvermittlung
www.engage.org
Rich Mix
37-47 Bethnal Green Road
London E1 6LA

Enquire

Förderprogramm für Kinder und
Jugendliche in Kunsthallen
www.en-quire.org

Kuverum

Kulturvermittlung / Museumspädagogik
www.kuverum.ch
8000 Zürich
Telefon +41 (0)79 433 75 53

IAE Institute for Art Education, ZHdK Zürcher Hochschule der Künste

<http://iae.zhdk.ch>
Hafnerstrasse 31 / Postfach
8031 Zürich
Telefon +41 (0)43 466 2026

Mediamus

Fachverband für Bildung
und Vermittlung im Museum
www.mediamus.ch
Geschäftsstelle mediamus
Amselweg 19 B
3627 Heimberg
Telefon +41 (0)33 437 02 16

Pro Helvetia

Schweizer Kulturstiftung
www.prohelvetia.ch
Hirschengraben 22
8024 Zürich
Telefon +41 (0)44 267 71 71

Schweizer Botschaft

Swiss Cultural Fund in Britain
www.scfb.org.uk
16-18 Montagu Place
London W1H 2BQ
Telefon +44 (0)20 7616 6000

VMS / ICOM

Verband der Museen der Schweiz/
Museumsrat Schweiz
www.museums.ch
c/o Schweizer Landesmuseum
Postfach
8021 Zürich
Telefon +41 (0)44 218 65 88

Impressum

Herausgeberin
Kuverum
Franziska Dürr / Lehrgangsgleiterin

Autorinnen Kuverum 5

Michèle Dercourt
Alexa Giger
Jeannine Hangartner
Beatrice Herzog
Patricia Huijnen
Amanda Kohler
Cynthia Luginbühl
Sarah Merten
Katharina Müller
Claudia Schmid
Susanna Schüeli
Erika Singeorzan
Bettina Stocker-Parpan
Irma Thürig
Janine Wagner
Beatriz Würsch

Fachautorinnen
siehe Seite 74

Beirätin Kuverum, Organisatorin und
Begleitung Londonreise 2008
Kristen Erdmann

Beirat Kuverum,
Begleitung Londonreise 2008
Walter Tschopp

Wir danken allen Beteiligten auch im
Namen von Pro Helvetia.
Diese Publikation wurde ermöglicht
durch die freundliche Unterstützung von:

Text- und Konzeptcoaching
Christine Loriol

Fotos Seite 33– 44

Michèle Dercourt
Franziska Dürr
Theo Erdmann
Patricia Huijnen
Dorothee Messmer
Beatriz Würsch
u. a.

Gestaltung

Angela Reinhard
reinhardgestaltung.ch

Druck

AZ Druck und Datentechnik GmbH

Kuverum

Kulturvermittlung Museumspädagogik
8000 Zürich
www.kuverum.ch / info@kuverum.ch
+41 (0)79 433 75 53

© 2009 hier + jetzt,
Verlag für Kultur und Geschichte GmbH,
Baden, www.hierundjetzt.ch

ISBN 978-3-03919-140-6

 Fachhochschule Nordwestschweiz
Pädagogische Hochschule

 Bundesakademie
für kulturelle Bildung
Wolfenbüttel

 SWISSLOS
Lottteriefonds
Kultur und Sport

 mediamus

prhelvetia

Ist die Kunstvermittlung in England besser, moderner, anders? Mit dieser Frage reiste eine Gruppe von Vermittlerinnen der Studiengruppe Kuverum nach London, um neue Methoden und Sichtweisen kennen zu lernen. Die englischen Fachkolleginnen empfingen die Besucherinnen mit offenen Türen. Die vorliegende Broschüre möchte die vor Ort gesammelten Vermittlungsideen dem Fachpublikum im deutschsprachigen Raum vorstellen: Beispiele aus London warten darauf, lustvoll und findig auf die Situation in der Schweiz angepasst und umgesetzt zu werden.

Mit Beiträgen von Marianne Burki, Kristen Erdmann, Franziska Dürr, Nicole Grieve, Dorothee Messmer, Carmen Mörsch, Chantal Schleiffer und den Studierenden von Kuverum.

