

Partizipation = Dialog

Was Kulturvermittlung heute braucht

Ein Erfahrungsbericht¹ von Antje Kathrin Lielich-Wolf und Saskia Riedel

Die Zeit der klassischen Kunst- und Kulturvermittlung als Teil der schulischen Ausbildung ist vorbei. Mit 15 Prozent jugendlichen Hedonist*innen in unserer Gesellschaft², deren Wertesysteme in Spaß und Erlebnis liegen, werden klassische Führungen als Vermittlungsform im Museum, die einen klassischen Wissenskanon und museales Verhalten für das Verstehen der Veranstaltung voraussetzen, obsolet. Sie werden in den nächsten 20 Jahren ein großes Publikum an andere Edutainment-Formate verlieren. Wir müssen uns daher fragen, ob es sinnvoll ist, weiterhin eine Vermittlung zu betreiben, die sich ausschließlich an eher Konservativ-Etablierte (10 Prozent) und Liberal-Intellektuelle (7 Prozent) richtet, aber jüngere Zielgruppen sowie Nicht-Besucher*innen aus den Augen verliert.

Dieser Entwicklung zu begegnen, funktioniert nur mit einer höchstmöglichen Agilität im Denken, einer größtmöglichen Offenheit in Bezug auf Heterogenität in unserer Gesellschaft und echtem, wertschätzenden Interesse an den Besucher*innen. Dabei muss es auch um ihr Wissen und Unwissen, ihre individuellen Vorerfahrungen und subjektiv geprägten Primärkonstruktionen aus der eigenen Kindheit und Jugend gehen. Kultur muss in diesem Rahmen als ein besonderes Erlebnis betrachtet werden.

Ziel und Aufgabe der Museen und ihrer Vermittler*innen sollte es heute sein, mehr von solchen besonderen Erlebnissen in Ausstellung zu kreieren und sich von bildungselitären Erwartungen frei zu machen. Es sollte vielmehr hingeschaut, hingehört und darauf Rücksicht genommen werden, wer überhaupt noch ins Museum kommt, vor allem aber, wer eben nicht kommt. Welche Bedürfnisse, Geschichten und Gefühle haben die verbleibenden Museumsbesucher*innen? Und welche Bedürfnisse von den Nicht-Besucher*innen werden nicht bedient? Wie kann die Besonderheit der Kunst und Kultur in den Museen für mehr Personen erschlossen

¹ Das Institut für Kunstvermittlung und Weiterbildung *Kunstunddialog* hat mehr als 14 Jahre Erfahrung im Coaching von Kunst- und Kulturvermittler*innen sowie in der Beratung von über 60 Museen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Seit 2018 entwickelt das Institut gemeinsam mit Saskia Riedel den ersten dialogischen Audioguide *„ARCS AUDIO“* für Museen und Ausstellungen, das die dialogische Kunstvermittlung ins Zentrum stellt. Hier kommen die Betrachter*innen in Form eines Dialogs zu Wort und äußern ihre Gedanken und Meinungen zu Kunstwerken.

² Vgl. <https://www.sinus-institut.de>

³ Vgl. „What if? Perspektivenwechsel in der Kulturvermittlung. Internationales Symposium zum Thema Kulturvermittlung in St. Pölten vom 24.01.-26.01.2019.“

werden? Wie machen wir Kunst- und Kulturerleben attraktiv, insbesondere für die heranwachsende Bevölkerungsgruppe, welche den Besuch von Museen nicht fest in ihren Handlungsrepertoires verankert hat?

Partizipatorische Kulturvermittlung – für ein sich zurückziehendes Publikum ?

Derzeit macht sich das Bedürfnis nach mehr Teilhabe und Partizipation seitens der Institutionen, aber auch seitens der Besucher*innen bemerkbar. Museen sind nicht mehr nur noch reine Wissens- oder Lernorte, sondern werden als Begegnungs- und Unterhaltungsorte betrachtet. In der Theorie ist dem zuzustimmen. Symposien und wissenschaftliche Tagungen zum Thema Kulturvermittlung finden jährlich statt³, wobei diese nicht mehr nur theoretische Ballungsräume sein sollen, sondern vor allem Praxisbezüge herstellen sollen. Künstlerische Ansätze überschneiden sich dabei mit pädagogischen Angeboten, ebenso werden Workshopformate entwickelt. Jedoch ist die Umsetzung in den einzelnen Häusern nach wie vor schwierig.

Museen sind nicht mehr nur noch reine Wissens- oder Lernorte, sondern werden als Begegnungs- und Unterhaltungsorte betrachtet.

Auf Seiten der Besucher*innen zeigen sich Hindernisse, da ihre Erwartungshaltung von ihren bisherigen (schulischen) Erfahrungen geprägt ist: der Museumsbesuch ist frontal aufgebaut und es besteht ein starkes Wissens- und Machtgefälle zwischen Vermittler*in und Betrachter*in. Besucher*innen denken von sich selbst, dass sie häufig nichts zum Museumsbesuch beizutragen haben. Insbesondere ältere Museumsbesucher*innen sind noch sehr unvertraut mit neuen Vermittlungsformaten, weshalb es ihnen schwerfällt, sich für diese zu öffnen. Im Lern-/Vermittlungskontext wurde bisweilen noch nicht kultiviert, dass die Betrachter*innen eine Meinung haben „dürfen“, ihre Wahrnehmungen und Assoziationen (auch für die Vermittlung) ernst zu nehmen und sogar wertvoll für die gemeinsame Betrachtung und Erschließung sind. Die erwachsenen Besucher*innen erwarten – trotz einer gewissen Unzufriedenheit mit expositorischen Vermittlungskonzepten – keine dialogische Kunstvermittlung. Stattdessen macht es ihnen zunächst sogar Angst, weil sie aus der Schule

⁴ Interessant ist hierbei der Aspekt, dass eine pädagogische Ausbildung nicht Voraussetzung für einen Posten in der Abteilung „Bildung und Vermittlung“ ist. Die Stellenausschreibungen sprechen Kunsthistoriker*innen, Kulturwissenschaftler*innen wie auch Pädagog*innen an.

keinen Dialog kennen, sondern nur Prüfungen und Abfragen. Deshalb fordern sie den Dialog von sich aus nicht ein, selbst wenn sie mehr Partizipation als erstrebenswert ansehen.

Für die Vermittlung ergeben sich daraus ebenfalls Hürden: So sind Vermittler*innen bei dialogischen Formaten häufig mit schweigenden Besucher*innen-Gruppen konfrontiert, die sich mit Partizipation schwertun. Sie müssen also pädagogisch geschult sein, um zunächst eine weitgehend hierarchiefreie und demokratische Atmosphäre zu schaffen.⁴ Zum anderen herrscht in den Köpfen einiger traditionell orientierter Vermittler*innen die Meinung vor, dass die Besucher*innen wenig beizutragen haben und banale Eindrücke der Wissensvermittlung eher im Weg stünden. Allerdings nehmen beispielsweise Besucher*innen aus sogenannten bildungsfernen Schichten partizipatorische Kulturvermittlungsangebote besser an, wenn diese wirklich auf die Bedürfnisse, Interessen und Ablehnungen dieser Zielgruppe eingehen. Mit Hinblick auf die zukünftigen Ansprüche der Besucher*innen ist außerdem zu erkennen, dass Jugendliche primär unterhalten werden wollen, was aber mit dem klassischen Konzept einer Führung schwer vereinbar ist. Zu viel Vorwissen eines umfangreichen Allgemeinwissenkanons wird vorausgesetzt, was die aktive Beteiligung am Diskurs mit den Kulturvermittler*innen hemmt bzw. diese schier unmöglich macht.

Vermittler*innen müssen pädagogisch geschult sein, um zunächst eine weitgehend hierarchiefreie und demokratische Atmosphäre zu schaffen.

Deutschland hinkt in Bezug auf neuere Vermittlungsformate im europäischen Vergleich hinterher, wobei das Rad hierbei nicht neu erfunden werden muss. Ein Blick in den angelsächsischen Raum zeigt, dass dort partizipatorische Vermittlungsformate normal sind – auch teilweise über das Marketing gesteuert. Sie haben eine Museumskultur entwickelt, in welcher die Besucher*innen eine Meinung haben dürfen und sollen. Damit einhergehend sind die Hierarchien in dortigen Museen flacher und die Weichen für eine leichtere Meinungsäußerung gestellt. Wenn Museen ihre Kulturvermittlung nicht anpassen, wird diese vermutlich bald ausgelagert und von marketingorientierten Agenturen übernommen, wie z.B. die Agentur Museum Hack aus den USA.

⁵ Vgl. hierzu: David Bohm (1996): *Der Dialog. Das offene Gespräch am Ende der Diskussion*, Stuttgart; Martin Buber (1996): *Das dialogische Prinzip*. Göttingen; Leonard Nelson (1929): *Die Sokratische Methode*. Stuttgart; Martina und Johannes Hartkemeyer (2005): *Die Kunst des Dialogs. Kreative Kommunikation entdecken*. Stuttgart; Platon (1856): *Theaitetos (De Scientia)* in: Schleiermacher, Friedrich (Hg.): *Platons Werke*. 1. Bd. 3. Auflage. Berlin. Die älteste Überlieferung für das Textfragment geht auf das Jahr 895 ins byzantinische Reich zurück.

Eine mögliche Antwort ist die dialogbasierte Kunstvermittlung

Dialogische Vermittlung bedeutet eine völlig veränderte Haltung in Bezug auf Vermittlung. Hierbei geht es um ein Setting, welches die Position der belehrenden, dozierenden und allwissenden Vermittler*innen infrage stellt. Bei einer dialogischen Haltung geht es um das Entwickeln einer Denkgemeinschaft, in der sich Besucher*innen und Vermittler*in hierarchiefrei als Wissende und Nichtwissende, aber interessierte Personen in einer Gruppe mit einem faszinierenden Inhalt befassen wollen. Der auf Martin Buber (1996) und David Bohm (1998) und im weiteren Sinne auf Sokrates und Platon zurückgehende Dialog als Gesprächsform vertritt im Wesentlichen die Grundthese, dass man über das gemeinsame Befragen zu Erkenntnissen gelangt. Diese Erkenntnisse liegen zuweilen in uns selbst und werden allein durch den gemeinsamen Denk- und Frageprozess z.B. durch den*die Vermittler*in, aber auch durch andere Besucher*innen zum Vorschein geholt. Sokratische Fragen beziehen sich auf die Aussagen der Sprecher*innen selbst und leiten aus diesen Schlussfolgerungen ab. Durch gezieltes Nachfragen wird der*die Gesprächspartner*in zu Erkenntnis geführt und kann so eigene Ideen und Gedanken zum Sachverhalt oder der Thematik entwickeln (selbst entwickeln – Sokrates, nennt dies Mäeutik, – Wissen gebären).⁵

Bei einer dialogischen Haltung geht es um das Entwickeln einer Denkgemeinschaft, in der sich Besucher*innen und Vermittler*in hierarchiefrei als interessierte Personen in einer Gruppe mit einem faszinierenden Inhalt befassen wollen.

Für die Besucher*innen birgt sie viele Vorteile: Es findet ein starker Identifikationsprozess statt – sie fühlen sich als Teil der Institution bzw. der Gesellschaft und somit ernst genommen. Für Lernprozesse sind der Dialog und die Erfahrung ebenfalls förderlich. Insbesondere für bildungsferne Gesellschaftsschichten birgt sie daher ein großes Potential (Stichworte: Integration/Inklusion). Für die Institution bedeutet sie eine Weiterentwicklung ihres Vermittlungs- und Bildungsauftrages. Zudem bieten sich hier neue Chancen, wie Kunst anders wahrgenommen und zelebriert werden kann. Auf inhaltlicher Ebene besteht für die Institution allerdings zunächst kein Mehrwert (nur für die Besucher*innen). Dialogbasierte Kunst

vermittlung bedeutet also in erster Linie Besucherorientierung, welche in den Museen momentan noch nicht vorherrscht, auch wenn das oft behauptet wird. Daher gibt es bisher nur wenige Museen, die eine dialogische Kulturvermittlung wirklich anbieten und entsprechend umsetzen. Stattdessen wird Dialog oftmals damit verwechselt, die Besucher*innen über ihr Wissen oder Nichtwissen auszufragen, bzw. sie werden ermutigt, ihre Zu- oder Abneigung zum Werk kund zu tun. Daran wird meist ein inhaltlicher Vortrag von Seiten der Vermittler*in über den „wirklichen“ Inhalt und die Bedeutung des Werkes angeschlossen. Das ist allerdings kein echter Dialog. Für diesen braucht es die Kunst des richtigen Fragens und das wiederum beginnt beim richtigen Zuhören. In der Regel neigen wir dazu, Fragen aus unserem eigenen Interessensbereich zu stellen. Die Herausforderung ist daher, wirklich auf das Gehörte des Gegenübers und auf dessen Wirklichkeit einzugehen. Wir unterscheiden hierbei fünf unterschiedliche Formen des Zuhörens:

1. Nicht zuhören!
2. Zuhören, um zu antworten!
3. Zuhören, um zu widersprechen! (sehr beliebt)
4. Zuhören, um den Anderen zu verstehen!
5. Zuhören, um dem Anderen zu helfen, sich selbst zu verstehen.

Dialogische Moderation beginnt bei Stufe 4. Denn es geht in erster Linie darum, sich selbst zurück zu nehmen, interessiert und zugewandt zu sein, um zu versuchen, die/den Andere*n und ihren/seinen Standpunkt und Sichtweise zu verstehen.

Gerade Teenager*innen, die bei einer frontalen Führung häufig „abschalten“, können durch die Wertschätzung und das Interesse an ihnen und ihrer Person motiviert und interessiert bleiben.

Dies nimmt im Dialog viel Zeit in Anspruch, in welcher die Vermittler*innen nicht sprechen, sondern die anderen zu Wort kommen lassen. Es kann durchaus sein, dass für eine gewisse Zeit eine „unangenehme“ Stille ausgehalten werden muss, bis die Teilnehmer*innen sich befähigt fühlen, ihre Gedanken und Meinungen zu äußern. Die Atmosphäre muss offen bleiben und die Moderation daran orientiert sein alle gleichsam einzubinden.

⁶ Vgl. Deutscher Museumsbund e.V. gemeinsam mit ICOM Deutschland (Hg.): *Standards für Museen*. Berlin 2006.

⁷ Vgl. Website des Deutschen Museumsbund e.V. <https://www.museumsbund.de/themen/kulturelle-bildung/> [zuletzt aufgerufen am 5.2.2019].

Gerade Teenager*innen, die bei einer frontalen Führung häufig „abschalten“, können durch die Wertschätzung und das Interesse an ihnen und ihrer Person motiviert und interessiert bleiben.

Der Mehrwert, der aus einer solchen Denkgemeinschaft entsteht, ist nicht nur das Verstehen eines komplexen Themas oder Kunstwerks, sondern auch das Verständnis von sich selbst: wie man denkt, fühlt und handelt. Erst durch das „selber sprechen“ ist dieser Erkenntnisprozess ein Erfolg.

Was der Weiterentwicklung der Kunstvermittlung im Weg steht

Durch die staatliche Förderung wird sich nicht am Marktgeschehen und damit einhergehend auch nicht an der Nachfrage der Besucher*innen orientiert. Die Museen agieren primär auf der inhaltlichen Ebene, die wenig mit den Interessen und Wünschen der Besucher*innen zusammenhängt. Das Geschehen im Museum wird durch die künstlerische Leitung und die Kurator*innen gelenkt. Tendenziell wird hierbei die Vermittlung den kuratorischen und forschenden Entscheidungen untergeordnet. Dies ist vermutlich in dem veralteten Selbstbild des Museums als Sammel-, Schatz- und Forschungshaus verankert und durch den Deutschen Museumsbund und dem International Council of Museums Deutschland (ICOM) 2006 festgelegt worden. Erst an dritter und vierter Stelle folgt das Ausstellen und Vermitteln.⁶ Jedoch muss man eingestehen, dass vor allem der Deutsche Museumsbund viel für den Bereich Bildung und Vermittlung tut. Verschiedene Publikationen, Bulletins und einen Schwerpunkt auf der Website des Vereins zeigt, wie wichtig diese Aufgabe gesehen wird.⁷ Trotzdem bleibt die Umsetzung den Museen überlassen und in dieser Freiheit liegt vermutlich der Hund begraben. Die über jahrhundertlang untergeordnete Position der Vermittlung kämpft sich gerade erst ihren Weg an die Oberfläche. Dort angekommen müssen sie unter erschwerten Bedingungen ein Publikum begeistern, dass durch ein jahrelanges Desinteresse seitens der Bildungsinstitution Museum geprägt wurde und durch eine Vielzahl von anderen Angeboten abgelenkt und gelockt wird.

Mit der in den vergangenen Jahren eingeführten Begriffsänderung von Museumspädagogik zu „Bildung und Vermittlung“ wurde ein Schritt getan. Nur leider sind neue Vermittlungsansätze in der Theorie steckengeblieben.

Es stellt sich die Frage, ob die bisherige Vermittlung so ausreicht oder ob sie nicht zu einer vorangestellten und besonderen Aufgabe des Museums werden muss. Mit der in den vergangenen Jahren eingeführten Begriffsänderung von Museumspädagogik zu „Bildung und Vermittlung“ wurde ein Schritt getan. Nur leider sind neue Vermittlungsansätze in der Theorie steckengeblieben und müssen sich innerhalb der meisten Häuser immer noch einen Stellenwert erkämpfen.

Gerade wenn es um die Vergabe von öffentlichen Geldern geht, ist dieser Kampf besonders stark sichtbar. Nach wie vor sind es die Abteilungen für „Bildung und Vermittlung“, die gegenüber Presse, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, kuratorischen und forschenden Abteilungen über ein auffallend geringes Budget verfügen und deren Personal mit am schlechtesten bezahlt werden. Solange diese Situation weiter so aufrechterhalten und politisch gewollt wird, hat es die Kulturvermittlung in Deutschland schwer, neue Wege zugehen.



Antje Kathrin Lielich-Wolf studierte Erziehungswissenschaft, Psychologie, Philosophie und Kunstgeschichte in München, New York, Würzburg und Bamberg. Sie arbeitet als Kommunikationstrainerin, Theaterpädagogin und Lehrbeauftragte für Kunstvermittlung an der Universität Hildesheim. Seit 2004 leitet sie das Institut für Kunstvermittlung und Weiterbildung [kunstunddialog](#) in Bremen und Berlin, das seit 2018 den ersten dialogischen Audioguide „ARCS AUDIO“ für Museen und Ausstellungen entwickelt.



Saskia Riedel studierte Museologie, Kunstgeschichte und Wirtschaftswissenschaften in Würzburg sowie Kuratieren und Ausstellungswesen in Saarbrücken. Letzteres schloss sie mit ihrem eigenen Vermittlungskonzept „[ARCS AUDIO](#)“ ab, das die dialogische Kunstvermittlung ins Zentrum stellt. Seit 2018 entwickelt sie diesen ersten dialogischen Audioguide gemeinsam mit [kunstunddialog](#), der aktuell für den ArtWalk Saarbrücken und im Museum für Kunst und Technik des 19. Jahrhunderts in Baden Baden umgesetzt wird.