

## „Bilden kann sich jeder nur selbst“

Thomas Brehm

Der Titel meines Vortrags ist einer Rede des Schweizer Philosophen und Schriftstellers Peter Bieri entnommen, die dieser 2005 zum 100-jährigen Bestehen der Pädagogischen Hochschule Bern gehalten hat. In ihr setzt er sich mit dem auseinander, was Bildung bedeutet und auch, was sie von Ausbildung unterscheidet. *„Eine Ausbildung durchlaufen wir mit dem Ziel, etwas zu können. Wenn wir uns dagegen bilden, arbeiten wir daran, etwas zu werden.“*

Die Bildung habe einen Wert an sich, während die Ausbildung zweckorientiert sei. Die wesentlichen Kennzeichen von Bildung seien Weltorientierung, Aufklärung, historisches Bewusstsein und schließlich Erkenntnis der verschiedenen Möglichkeiten, die das menschliche Leben biete. Und vor allem bedeute Bildung, *„[...] dass einer Wissen nicht als bloße Ansammlung von Information, als vergnüglichen Zeitvertreib oder gesellschaftliches Dekor betrachtet, sondern als etwas, das innere Veränderung oder Erweiterung bedeuten kann, die handlungswirksam wird.“*<sup>1</sup>

Ich will mit diesen Zitaten kurz umreißen, von welchem Bildungsverständnis ich ausgehe. Gerade wenn wir die Bildung zur Chefsache erklären, sollten wir ja möglichst auch ähnliches darunter verstehen.

2008 feierte das Kunst- und Kulturpädagogische Zentrum der Museen in Nürnberg (KPZ) sein 40-jähriges Bestehen. Es arbeitet für rund ein Dutzend Museen und Ausstellungsorte, darunter das Germanische Nationalmuseum, das Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände und das Museum für Kommunikation. Wir bieten ein breites Programm personaler Vermittlungsangebote für nahezu alle Altersstufen und Interessenslagen, vom Kindergarten bis zur Seniorengruppe und vom Kegelausflug bis zum Universitätsseminar. Im Jahr 2008 waren dies insgesamt 3.091 Veranstaltungen.<sup>2</sup>

Es wäre vermessen, ja unehrlich, wenn ich all diese Veranstaltungen unter den strengen Bildungsbegriff von Peter Bieri stellen wollte. Museen sind, vergleichbar den

Theatern, Orte der Bildung ebenso wie Orte der Information, der Unterhaltung, der Kommunikation, bei Vermietung und Verpachtung manchmal auch Orte des reinen Geschäfts. Man wird die einzelnen Bereiche nicht immer scharf voneinander trennen können, sie auch nicht immer trennen müssen.

So besitzen unsere Vermittlungsangebote für Schulen eine mehr oder minder deutlich ausgeprägte Lehrplanrelevanz. Ohne diese Lehrplanbezüge würden die Lehrkräfte unsere Veranstaltungen nicht in dem Maße in Anspruch nehmen, wie sie es tun, nämlich in der Mehrzahl als Bestandteil ihres Unterrichts. Was hierbei vermittelt wird, ist zunächst bezogen auf die Ausbildung, die Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten zu dem Zweck, auf das spätere berufliche Leben möglichst gut vorbereitet zu sein.

Wenn Sie an den Unterhaltungswert von Museen denken, fallen Ihnen wahrscheinlich sofort die Land auf Land ab erfolgreichen Museumsnächte ein, die mit Spiel, Spaß und Spannung die Museen beleben. Oder denken Sie an die beliebten Kindergeburtstage im Museum, die die Eltern der lästigen Pflicht entheben, ein eigenes Programm für die lieben Kleinen zu entwickeln und hinterher die Reste des Festes aufzuräumen. Und auch bei mancher Großausstellung scheint mir der Unterhaltungswert, das Dabeisein beim ultimativen Event der großen Namen, der eigentliche Grund des Erfolgs zu sein.

Um Missverständnisse zu vermeiden: Zum Zweck der Unterhaltung ins Museum zu gehen, ist natürlich ein legitimer Besuchsgrund, ebenso wie das Anhäufen und Vertiefen von Wissen, das sich Aneignen spezieller Techniken und Fähigkeiten. Ich denke, wir stimmen alle überein, dass es außer kriminellen Vorsätzen wie Diebstahl oder Sachbeschädigung überhaupt keinen illegitimen Grund gibt, ins Museum zu gehen. Und wir stimmen wohl auch alle darin überein, dass wir uns über möglichst viele Besucher freuen, die in unsere Häuser kommen. Auf all die unterschiedlichen Beweggründe

für und Erwartungen an den Museumsbesuch haben sich die Museen und allen voran die Museumspädagogen einzustellen.

Wo ist dann aber der Ort der Bildung? Wie können wir in all unseren Tätigkeiten für die Museen und ihre Besucher Bildungsprozesse anstoßen? Was macht es aus, ob ein Museumsbesuch eine nette tagesaktuelle Abwechslung war zwischen Arbeit, Essen und Shoppen oder ob er meinen Horizont erweitert und meinen Blick auf mich und die Welt ein klein wenig verändert hat? Wie kommt es also zur Bildung im Museum?

Die Basis bildet für mich das angemessene Selbstverständnis der Museumspädagogik, der Vermittler. Wollen sie als Ersatzlehrer, als Ersatzerzieher, als Dozenten agieren, oder verstehen sie sich als Unterstützer, Helfer, Katalysatoren im Prozess der Annäherung der Besucher an die musealen Präsentationen? Steht beim Museumspädagogen die einseitige Vermittlung von etwas im Vordergrund oder will er zwischen Besucher und Museum vermitteln, will er auch in dieser Richtung, vom Besucher zum Museum und seinen Präsentationen vermitteln? Und schließlich bei Veranstaltungen im Rahmen der Schulpflicht von fundamentaler Bedeutung: Besitzt die Veranstaltung den Charakter der Freiwilligkeit oder ist sie bloßer Unterricht am anderen Ort?

Diese Grundeinstellung, die nicht nur postuliert, sondern auch gelebt werden muss, entscheidet, ob wir Bildungsprozesse anstoßen und unterstützen oder ob wir uns mit anderem zufrieden geben. Oft habe ich den Eindruck, wenn von der Sinn stiftenden Funktion von Museen die Rede ist, vom Lernen aus der Geschichte, dass der Nürnberger Trichter doch noch ein beliebtes Muster darstellt, nach dem verfahren wird. Möglichst viele Informationen bereitstellen, sie durch didaktische Kniffe an die Frau, den Mann, den Jugendlichen bringen und hoffen, dass diese Informationen in der Art und Weise verarbeitet werden, wie man es sich vorgestellt hat. Anders kann ich mir die Vorliebe für lange Ausstellungstexte, überbordende EDV-gestützte Informationssysteme und informationsgesättigte Führungen, inzwischen auch im Audioformat, nicht erklären. Möglichst viel oben rein, damit wenigstens das Wesentliche unten ankommt.

Wenn wir etwas vermitteln, tun wir viel und vielleicht auch Gutes. Aber nur wenn wir zwischen etwas vermitteln, nämlich zwischen dem Besucher und der jeweiligen musealen Präsentation, kann es uns gelingen, Bildungsprozesse anzustoßen und das Museum mit geeigneten

Formaten und Methoden als Ort der Bildung weiterzuentwickeln. Folgende Arbeitsprinzipien sind dabei hilfreich und sollten den spezifischen Veranstaltungsformaten zugrunde liegen.

Das erste Prinzip ist die Förderung von Neugier. Ohne neugierig zu sein, wird es uns schwer gelingen, den eigenen Horizont zu weiten. Das Entwickeln von Fragen ist dabei wichtiger als das Geben von Antworten. Was können uns Museumsobjekte mitteilen? Warum geben sie uns Einblicke, die uns andere Quellen verweigern? Was finden wir interessant, vertraut, fremd und warum?

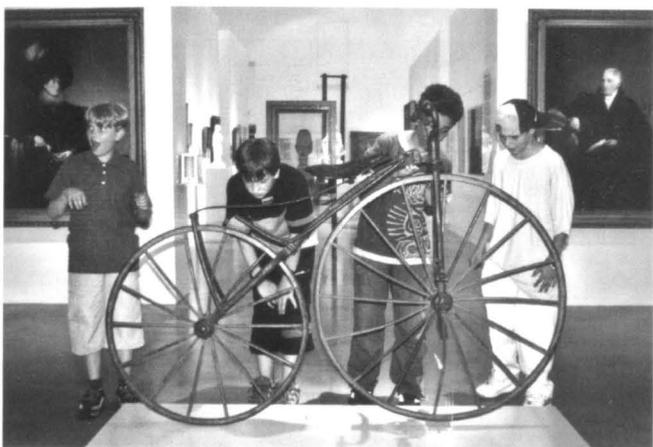
Wer für sich einmal entdeckt hat, wie man im Umgang mit den musealen Objekten einen individuellen Zugang findet, der die Besonderheit dieser Objekte für die eigenen Fragestellungen nutzbar machen kann, wird das Museum als einen Ort der Anregung nicht mehr missen wollen. Wer neugierig wurde auf zeitlich oder kulturell fremde Welten, wer verstehen will, wie andere anders gelebt haben, wird seine eigene Gegenwart nicht mehr als unverrückbar missverstehen. Aber für diese Erkenntnisse bedarf es zuallererst der Neugier, nicht zwingend des Sekundärwissens gelehrter Zeitgenossen.

Das führt zu einem weiteren wichtigen Vermittlungsprinzip. Die Beschäftigung mit den musealen Präsentationen muss für den Betrachter Sinn machen, platt ausgedrückt, es muss ihm was bringen.

Museumspädagogen haben also immer danach zu fragen, welche möglichen Anknüpfungspunkte es bei den Besuchern gibt, die sie mit der Betrachtung musealer Objekte verbinden können. Auch hierbei geht die gedankliche Linie vom Besucher zum Objekt und nicht von der wissen-

Jugendliche mit Brunnenhansl.  
Foto: Monika Runge, © Germanisches Nationalmuseum.





Jugendliche mit Hochrad.  
Foto: Monika Runge, © Germanisches Nationalmuseum.

schaftlichen Erkenntnis zum Besucher. Das vom Besucher aus Denken, Reden, Handeln mit dem Wissen um die Objekte, ihre Hintergründe, Zusammenhänge und Folgen, kann katalysatorische Kraft entfalten und unterstützt den Besucher in seinem Streben, sich die Dinge im übertragenen Sinne anzueignen. Neuere Ergebnisse der Hirnforschung haben die alten Lerntheorien bestätigt, wonach Neues in den Zusammenhang bereits bestehenden Wissens eingebettet werden muss, um wirklich verstanden zu werden.

Erst wenn diese Prozesse in Gang kommen, bleibt es nicht nur bei einer Vermehrung von Wissen. Erst dann kann ein Beitrag zur Selbstfindung wirksam werden, der den individuellen Horizont weitet und neue Sichtweisen auf sich und die Welt eröffnet.

Und das dritte Arbeitsprinzip, das Bildungsprozesse im Museum fördern kann, heißt Kommunikation. Kommunikation zwischen Vermittlern und Besuchern, zwischen den Besuchern untereinander, Kommunikation nach dem Museumsbesuch über das Gesehene, Erfahrene, Erlebte.

Ausstellungen an sich besitzen ein großes kommunikatives Potential, was ihre besondere Qualität ausmacht. Kommunikationsprozesse finden statt zwischen Ausstellungsmachern, Wissenschaftlern, Gestaltern und den Besuchern. Aber auch Kommunikationsprozesse zwischen den Besuchern sind ein wesentliches Element, sind auch ein Grund dafür, warum der echte Einzelbesucher, der ohne Begleitung eine Ausstellung besucht, nach wie vor in der Minderheit ist. Und schließlich sind da noch die Kommunikationsprozesse zwischen Vermittlern und Besuchern, um die es hier vor allem gehen soll. Diese können in der Art und Weise, wie sie geführt werden, entscheiden, ob der

Besucher konsumiert oder ob er in eine aktive Aneignung übergeht. Kommunikation mit den Besuchern, nicht nur verbal, sondern auf allen Ebenen und die Kommunikation zwischen den Besuchern fördernd, bleibt daher ein wesentlicher methodischer Ansatz, wenn man Bildungsprozesse beim Einzelnen in Gang setzen oder fördern möchte. Audioführungen in der gebräuchlichen Art erfüllen dies nur unzureichend, sind eher unseren medialen Informationskanälen und damit den Erwartungen der Besucher geschuldet, als dass sie im Sinne des Bildungsorts Museum wirksam werden können. Und die immer mehr in Mode kommenden Kinderführungen scheinen mir auch in erster Linie dem Ruhebedürfnis der begleitenden Erwachsenen Rechnung zu tragen, als dass sie wirklich den Bedürfnissen der Kinder entsprechen, außer diese sind solcherart Ruhigstellung durch Fernsehen und MP3-Player ohnehin schon gewohnt.

Die Bedeutung des Museums als Kommunikationsort wird, davon bin ich fest überzeugt, in der Zukunft noch an Bedeutung und Attraktivität gewinnen. Auch dadurch wird das Museum zu einem Hort des Wahren und Echten in einer medialisierten Digitalwelt.

Wenn ich Neugier wecken, vom Besucher aus denken und umfassend kommunizieren als die wesentlichen Arbeitsprinzipien für museale Bildungsarbeit nenne, dann entsprechen diesen eine Reihe von Veranstaltungsformaten besser als andere. Einige davon möchte ich kurz erläutern.

Seit vielen Jahren bieten wir im Germanischen Nationalmuseum das „Gespräch vor einem Kunstwerk“ an. Eine sich immer wieder neu zusammensetzende Gruppe widmet sich gemeinsam mit einem Museumspädagogen für eine Stunde einem Objekt und versucht dieses für sich zu erschließen. Der Museumspädagoge versteht sich mit all seinem Hintergrundwissen vor allem als Moderator, der Hilfestellungen leistet. Wichtig ist dabei mehr der gruppendynamische Prozess in der Auseinandersetzung mit dem Werk, als am Schluss alle Informationen zu diesem Werk unter die Leute gebracht zu haben. Zusammen erlebt man, wie man aus der musealen Präsentation gemäß den eigenen Interessen Fragen entwickelt, auf die man meist auch Antworten finden kann, und diese am Forschungsstand prüft. Was dabei nicht unwichtig ist: Man lernt viel über die Grenzen wissenschaftlicher Forschung, erfährt, was nach heutigem Stand als gesichertes Wissen gelten kann und wo die Spekulation beginnt, oder wo man Pseudowissen aus früheren Zeiten immer noch mit sich herumträgt.

In einer etwas anderen Form setzt sich diese Gesprächsform fort in der Reihe „Was ist Kunst?“, die von einer Künstlerin und einer Kunsthistorikerin zusammen bestritten wird. Gerade die unterschiedlichen Sichtweisen und Erfahrungen von Theorie und Praxis geben dem Publikum vielfältige Verknüpfungsmöglichkeiten für die eignen Fragen und Gedanken. Auch hier lassen sich gemeinsam Kriterien finden, was denn Kunst ausmachen könnte. Keiner erwartet, dass Kunst letztgültig definiert werden könnte.

Cicerones, die das Gespräch mit den Besuchern suchen und sich nicht als wandelnder Katalog verstehen, sondern Hinweise zur selbstständigen Entdeckung geben, sind ein weiteres „Format“, das in diesem Zusammenhang zu nennen wäre. Sie können situativ und individuell auf die Besucher eingehen und sie ihren Intentionen nach unterstützen. Und wenn sie gut sind, kennen sie auch ihre Grenzen, wo sie den Besucher in seiner Beschäftigung mit den Dingen eher stören. Gerade dieses personale Vermittlungsangebot scheint mir in der richtigen Form eine gute Hilfestellung zu geben, wenn wir individuelle Bildungserlebnisse anstoßen wollen.

Im Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände, das in einem Teil des Bautorsos der NS-Kongresshalle untergebracht ist und in seiner Ausstellung „Faszination und Gewalt“ über die NS-Zeit und die Reichsparteitage informiert, bieten wir neben Studientagen so genannte Nachgespräche an. Sie sind thematisch ausgerichtet und setzen den selbstständigen Gang durch die Ausstellung voraus. Um Schulklassen, die in der Regel über ein eng begrenztes Zeitbudget verfügen, die Orientierung zu erleichtern, gibt es für jedes Thema entsprechende Arbeitsbögen, die den Blick auf die jeweils wichtigen Ausstellungseinheiten lenken. Also alles richtig gute Voraussetzungen, um zu lernen.

Der Anstoß zur politischen Bildung ist jedoch ein anderer. Nicht nur, dass das Nachgespräch seine primäre Orientierung durch die Fragestellungen der Besucher bekommt (und damit unter Umständen eine auch vom Thema wegführende Richtung annehmen kann). Es lässt zum Beispiel im „Nachgespräch Propaganda“ auch die eigenen Erfahrungen unmittelbar wirken. Im Selbstversuch werden die meist jugendlichen Besucher gebeten, in Kleingruppen bestimmte Schlagworte wie „Held“, „Ausgestoßener“, „Begeisterung“ fotografisch darzustellen. Verblüffender Weise werden von den anderen die Darstellungen meist sofort erkannt. Wer auf diese Weise die unmittelbare und ungefilterte Bildsprache erlebt hat, erfahren hat, wie einfach sie funktioniert, könnte gegenüber der Bilderwelt, in der er lebt,

ein gewisses Misstrauen entwickeln, oder auch ein verstärktes Interesse hinsichtlich der Funktionszusammenhänge.

Diesen Funktionszusammenhängen werden wir uns im nächsten Jahr verstärkt zuwenden, wenn das Museum für Kommunikation in seiner neuen Dauerausstellung Grundlagen und Entwicklungen der Kommunikation zum Thema macht. Kommunikation über Kommunikation kann leicht missraten, schlimmstenfalls zum endlosen Gerede werden. Wir wollen daher gerade auch in den Führungsangeboten verstärkt auf spielerische Elemente setzen, die Denkprozesse auslösen und Erkenntnisse fördern können. Warum verstehe ich dieses so, und mein Gegenüber anders? Rollenspiele können helfen, fremde Perspektiven einzunehmen, sich ihnen zumindest stärker anzunähern als durch reine Gedankenexperimente.

Und so möchte ich die Beispiele auch mit einem nun schon klassischen Spiel beenden, mit dem wir Kindern zeigen wollen, was ein Museum ist. Die Museumspädagogin gibt eine Reihe von Gegenständen wie ein altes Bügeleisen, eine Ratsche, einen alten Schal, ein Waschbrett und anderes in die Runde. Die Aufgabe lautet, gemeinsam herauszufinden, was es denn sei und wozu man es gebraucht haben könnte. Danach werden die Gegenstände geordnet nach den Kriterien, die die Kinder für diese Zuordnung zusammen festgelegt haben. Und schließlich beschließt man, welche verwandten Abteilungen im Germanischen Nationalmuseum man sich zusammen anschauen möchte.

So einfach funktioniert Museum: Gegenstände kommen mehr oder minder zufällig herein, werden bestimmt und erforscht, geordnet und präsentiert.

Abschließend möchte ich dem Deutschen Museumsbund noch einmal ausdrücklich danken, dass er auf dieser Tagung Bildung zur Chefsache erklärt hat. Ich wünsche und hoffe, dass sie dieses auch wird und bleibt. Und wenn Sie in Ihren Häusern darauf die Nagelprobe machen wollen, welchen Stellenwert der Bildungsauftrag des Museums in Ihrem Hause hat, dann fragen Sie doch einfach mal, wann der Chef das letzte Mal bei einem Vermittlungsangebot hospitiert, eine museumspädagogische Konzeption gelesen oder eine Diskussion mit Tagesbesuchern bestritten hat.

Wenn diese Fragen kein ironisches Lächeln mehr hervorrufen, dann haben wir Bildung im Museum tatsächlich zur Chefsache gemacht.

Vortrag auf der Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes zum Thema „Chefsache Bildung“ am 12. Mai 2009 im Theater Vorpommern, Stralsund.

### **Anmerkungen**

- <sup>1</sup> Vgl. Peter BIERI, *Wie wäre es, gebildet zu sein?*, Bern 2005, [www.phbern.ch/fileadmin/Bilder\\_und\\_Dokumente/01PHBern/PDF/051104\\_Festrede\\_P.\\_Bieri.pdf](http://www.phbern.ch/fileadmin/Bilder_und_Dokumente/01PHBern/PDF/051104_Festrede_P._Bieri.pdf) (letzter Aufruf am 13. Oktober 2009).
- <sup>2</sup> Vgl. [www.kpz-nuernberg.de/bilder/\\_pdfs/2008\\_kpz\\_statistik.pdf](http://www.kpz-nuernberg.de/bilder/_pdfs/2008_kpz_statistik.pdf) (letzter Aufruf am 13. Oktober 2009).

### **Verfasser**

Dr. Thomas Brehm  
Leiter  
Kunst- und Kulturpädagogisches Zentrum der Museen  
in Nürnberg (KPZ)  
Kartäusergasse 1  
90402 Nürnberg  
[t.brehm.kpz@gnm.de](mailto:t.brehm.kpz@gnm.de)