

Museum Mitgestalten

Was Bürger*innen empfehlen:
Erkenntnisse aus einem Beteiligungsprozess
am Badischen Landesmuseum

Museum Mitgestalten

Was Bürger*innen empfehlen:
Erkenntnisse aus einem Beteiligungsprozess
am Badischen Landesmuseum

Inhalt

	5	Grußwort
	7	Einführung
Die Workshops	11	Workshop 1 – Das Gefühl des Ortes
	21	Workshop 2 – Was kann mein Museum noch sein?
	31	Workshop 3 – Das Museum als Wohlfühlort
	39	Workshop 4 – Ausstellungsobjekte & ihre Geschichten
	49	Workshop 4 Extra – Perspektivenwechsel im Museum
	55	Workshop 5 – Sinnes-Workshop für Familien
	62	Extra – Das Luftschloss: Ein Open Space im Badischen Landesmuseum
	65	Workshop 6 – Barrieren überwinden & kulturelle Teilhabe ermöglichen
	73	Workshop 7 – Zukunftswerkstatt im Badischen Landesmuseum
	83	Workshop 8 – Museum für verschiedene Lebensphasen
Anhänge	93	Ausblick
	95	Dank
	96	Impressum



Grußwort

Sammeln, Bewahren, Erforschen, Ausstellen, Vermitteln – das sind die Grundaufgaben eines Museums wie dem unsrigen. Wir widmen uns dem beweglichen kulturellen Erbe unseres Landes und vermitteln es einer breiten Öffentlichkeit. Daher verstehen wir uns als Wissenschaftsstandort und Bildungsinstitution.

Lebendig werden Museen aber erst dann, wenn es ihnen gelingt, ihr Publikum auch zu begeistern. Bei den stetigen gesellschaftlichen Veränderungen braucht es dafür immer wieder neue, zeitgemäße Ansätze. Noch sind Museen selbstverständlicher Bestandteil des kulturellen Lebens. Doch das Verständnis von Bildung hat sich gewandelt und die Lebensmodelle werden immer individueller. Museen werden daher heute nicht mehr allein an der Erfüllung ihrer Grundaufgaben gemessen. Sie müssen vielfältige, diversifizierte Zugänge bieten und damit auch die oft beschworenen „breiteren Schichten der Gesellschaft“ ansprechen. Erst mit deren Akzeptanz ist das Museum langfristig legitimiert.

Die anstehende Sanierung des Karlsruher Schlosses bietet die Chance, neue, zukunftsweisende Konzepte für den zentralen Standort des Badischen Landesmuseums zu entwickeln. Bereits in den vergangenen Jahren wurden neuartige Formate und Vermittlungsformen erprobt. Einzelne partizipative Projekte bis hin zu einem Bürgerbeirat für die Entwicklung digitaler Inhalte hatten das Ziel, publikumsorientierte Angebote zu generieren, aber auch das gesellschaftliche Umfeld des Museums besser verstehen zu lernen. Der hier vorgestellte Beteiligungsprozess schließt daran an. Die noch bestehenden Sammlungen und Funktionsflächen im Schloss nutzen wir als Anknüpfungspunkt, um über künftige Museums-erlebnisse mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen. Dabei wurden auch die Ziele der baulichen Sanierung in den Blick genommen, wie etwa Barrierefreiheit, Sicherheit und Klimaeffizienz sowie eine hohe Aufenthaltsqualität.



Allen Beteiligten und Unterstützer*innen gilt mein großer Dank. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg hat mit seiner Förderung das Projekt erst möglich gemacht. Das Amt für Stadtentwicklung der Stadt Karlsruhe (Büro für Mitwirkung und Engagement) unterstützte uns und lud mit uns Bürger*innen zur Teilnahme ein. Den externen Moderator*innen sowie den beteiligten Kolleg*innen des Badischen Landesmuseums sei ebenfalls gedankt, allen voran den Projektleiterinnen Charlotte Nies und Cristina Negele.

Im Zentrum des Projektes stehen die Bürger*innen: Ihnen gilt mein größter Dank und herzlicher Gruß. Sie haben für die Teilnahme an den Veranstaltungen ihre Freizeit zur Verfügung gestellt und uns viele Ideen, Hinweise, Anregungen und Anstöße gegeben. Die Ergebnisse aus den Workshops legen wir mit dieser Publikation vor. Wir sehen uns in der Pflicht, all diese Erkenntnisse bei den Planungen zu berücksichtigen. Der Beteiligungsprozess wird indes weitergehen: Wir werden ihn in anderen Formaten weiterführen und laden Sie herzlich dazu ein, mit dabei zu sein und ihn mit uns zu gestalten.

Prof. Dr. Eckart Köhne
Direktor



Einführung

Seit einigen Jahrzehnten arbeiten Museen an einer Erweiterung ihres gesellschaftlichen Bildungsauftrags. Doch wie wird ein lang gelebtes Selbstverständnis erneuert oder gar ersetzt? Die Beschreibung der heutigen Museumslandschaft in Deutschland mag nach Untergangsszenarien klingen: Museen seien „aus der Zeit gefallen“ oder „unzugänglich“ und befänden sich in einem „Kampf um Relevanz“. Aber entspricht das der Realität?

Unser Gefühl ist: Nein. Museen stehen vor einem notwendigen Wandel – und genau darin liegt ihre Chance. Die Vielfalt unserer kulturellen Landschaft birgt auch eine unerschöpfliche Kreativität. Diese nutzbar zu machen, stellt eine große Herausforderung dar, die Mut erfordert: Mut zur Selbstreflexion, Mut, sich kritisch zu hinterfragen, und Mut, sich auf neue Aufgaben, neue Rollen und neue Wege einzulassen sowie letztere nicht alleine zu gehen. Die Erfahrung zeigt, dass Institutionen, die diesen Mut aufbringen, an den Herausforderungen wachsen und sich nun Schritt für Schritt öffnen – suchend, tastend, aber entschlossen, neue Wege des Kontakts und Dialogs zu gestalten. Es sind Institutionen, die bereit sind, ihre Strukturen neu zu überdenken und Brücken zu schlagen – Brücken, die das Bewahren der Vergangenheit, das Gestalten der Gegenwart und den Aufbruch in die Zukunft miteinander verbinden.

Der Rahmen unseres Projekts ist vorgegeben durch die anstehende Sanierung des Karlsruher Schlosses, das das Badische Landesmuseum beherbergt. Die Sanierung wird sich an aktuellen Standards der Nachhaltigkeit und der Barrierefreiheit orientieren, den Erhalt der Objekte sichern, aber auch Raum zum Neudenken und Gestalten bieten. Dies war der Anlass für einen Beteiligungsprozess für Karlsruher Bürger*innen, aktuelle Besucher*innen und (Noch-)Nicht-Besucher*innen.

Wir haben Karlsruher*innen dazu eingeladen, ihre Perspektiven, Ideen und Vorstellungen einzubringen und so das Fundament für ein neues Museum mitzugestalten. Die in den Workshops erarbeiteten Vorschläge sehen wir als verbindliche Anweisungen, an denen wir unser Denken und Handeln in den kommenden Jahren ausrichten werden und an denen sich die Planungen für das zukünftige Museum zu messen haben. Denn Partizipation ist kein Gefallen, den wir den Bürger*innen erweisen. Sie ist Ausdruck unserer Verantwortung, die Vielfalt der Gesellschaft in unsere Perspektiven und Entscheidungen einzubinden. Sie ermöglicht uns, als Museum lernfähig zu bleiben und auf die Fragen und Impulse unserer Zeit zu reagieren. Wir, das Badische Landesmuseum, wollen zu einem vielstimmigen Ort werden. Der anstehende Umbau des Schlosses bietet die Chance für die Entwicklung einer gemeinsamen Vision.

Wir hatten anderthalb Jahre Zeit, um diese gemeinsame Vision zu entwickeln, die in die neue Strategie des Badischen Landesmuseums einfließen und im Sanierungsprozess verstetigt werden soll. Diese großen Erwartungen sollten trotz ihrer Komplexität und langen Zeitachsen so praxisnah, zugänglich und greifbar wie möglich umgesetzt werden. Dafür erprobten wir ein neues Beteiligungskonzept.



Unser Projekt *Museum Mitgestalten* widmete sich in neun Workshops verschiedenen Themenbereichen mit jeweils unterschiedlicher Methodik.

Um die nötige Vielstimmigkeit bereits im Prozess zu gewährleisten und Vielfalt zu ermöglichen, luden wir mehrere Expert*innen für die Workshop-Moderation ein und setzten auf eine wechselnde Struktur der Teilnehmenden. So sollten verschiedene Generationen, Interessen und Hintergründe zu Wort kommen und miteinander verknüpft werden. Die Workshops fanden in zwei Phasen statt, unterbrochen durch eine interne Evaluationsphase, und wurden durch ein gemeinsames Fest im Gartensaal des Karlsruher Schlosses abgeschlossen. Die folgenden Kapitel widmen sich den verschiedenen Workshops, den unterschiedlichen Methoden sowie den gewonnenen Erkenntnissen.

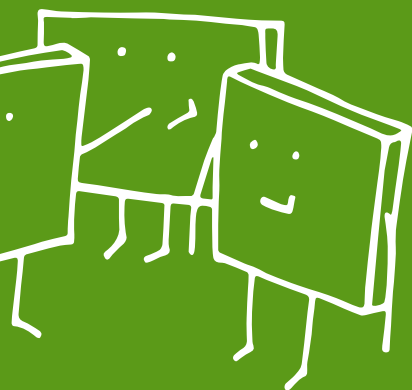
Diese Publikation ist sowohl Erfahrungsbericht als auch Empfehlungskatalog dessen, was wir von und gemeinsam mit allen Teilnehmenden lernen durften, was uns gelungen ist und wo wir Verbesserungspotenzial sehen. Partizipation ist ein Prozess. Sie lebt von den ersten Schritten ihrer Umsetzung, nicht etwa von Endergebnissen. Mit *Museum Mitgestalten* ist ein erster Anfang gemacht – und der Beteiligungsprozess am Badischen Landesmuseum nicht abgeschlossen.

Wir möchten uns herzlichst bei allen Beteiligten bedanken. Mit Vorfreude schauen wir auf den spannenden Prozess der nächsten Jahre, auf die gemeinsame Gestaltung unserer Zukunft und die des Museums.

Charlotte Nies & Cristina Negele



Die Workshops





Workshop 1

Das Gefühl des Ortes

Well-Being im Badischen Landesmuseum

Das Badische Landesmuseum im Karlsruher Schloss ist nicht „nur“ ein Museum, sondern ein zentraler Ort der Stadt. Was brauchen das Museum und das Schloss in Zukunft, damit sich Bürger*innen dort wohlfühlen? Was sind generell Bedingungen fürs Wohlfühlen? Was sind Hindernisse? Zu diesen sehr großen Fragen sollte zum Auftakt des Beteiligungsprozesses niederschwellig über die Erfahrungen, Empfindungen und Wahrnehmungen der Bürger*innen hingeführt werden. Gemeinsam mit Mitarbeiter*innen des Museums sammelten die Teilnehmenden Ideen, wie das Badische Landesmuseum der Zukunft zu einem Ort des Well-Beings werden kann – und entwarfen das Gefühl des Ortes. Von Museumsseite waren Juliane Zschitschick, Angelika Moll, Harriet Meyer, Katarina Horst und Alexander Wolny als Gruppen-Moderator*innen tätig.

Methode & Ablauf



Alastair Somerville ist Experte für sensorisches Design und Nutzungsforschung. Er berät Unternehmen und öffentliche Einrichtungen hinsichtlich der Nutzungsfreundlichkeit im analogen und digitalen Bereich. Museen versteht er als für die Menschen gestaltete Orte, die einladend, verständlich und vielfältig sein sollten. Seine Arbeit stellt also den Menschen und dessen Erleben in den Mittelpunkt.

Da vor dem Start in den praktischen Teil dieses Projekts noch ungewiss war, wie gut es gelingen würde, die ehrlichen Meinungen der Teilnehmenden zu erfahren, war bei der Methodenwahl der Gedanke leitend, die Einstiegshürden zu senken. Die Arbeitsaufträge mussten hierfür anschlussfähig sein und sollten die Bürger*innen in ihrem Alltag abholen.

Um dies zu erreichen, wurde ein mehrstufiger Ansatz gewählt, der in vier verschiedenen Gruppen durchgeführt wurde. Die Schritte wurden in drei verschiedenen Plakaten pro Gruppe festgehalten. Nach der Arbeitsphase gab es jeweils ein kurzes Plenum, in dem jede Gruppe Impressionen ihrer Ergebnisse teilte.

Im ersten Schritt konnten die Teilnehmenden aus ihren persönlichen Erfahrungen schöpfen und Orte in Karlsruhe benennen, an denen sie sich bereits wohlfühlen. Anschließend sollte der Fokus auf das Schloss gerichtet und Gründe gesammelt werden, weswegen man sich im Schloss bereits wohlfühlt oder vielleicht gerade nicht. In der letzten Runde wurde diese Bestandsaufnahme in die Zukunft projiziert, indem danach gefragt wurde, welche emotionalen und sinnlichen Eindrücke die Teilnehmer*innen sich im „Museum der Zukunft“ wünschen.



An welchen Orten in Karlsruhe fühlst du dich bereits wohl?

Auf einer stilisierten Karte Karlsruhes sammelten die Gruppen zunächst die Orte innerhalb der Stadt, die sie mit einer Wohlfühl-Atmosphäre verbinden, und diskutierten darüber, warum sie sich dort wohlfühlen. Die Orte spiegelten verschiedene Lebensbereiche wider und waren nicht nur im kulturellen Bereich zu finden. Stattdessen fand sich das gesamte Spektrum an Freizeitaktivitäten auf dieser Stadtkarte wieder. Entsprechend vielfältig waren die Wohlfühl-Aspekte, die gesammelt wurden.

In den Gesprächen wurde deutlich, dass die Teilnehmenden zu bestimmten Orten eine starke emotionale Verbindung haben und mit ihnen sehr positive Erinnerungen assoziieren. Die Teilnehmer*innen sind sehr kulturaffin, sodass eine reiche Sammlung an Kulturinstitutionen wie das Staatstheater, ZKM, aber auch Bibliotheken, Clubs oder Kinos zu ihren liebsten Freizeitorten gehören. Der Schlossgarten, der Hardtwald, der Botanische Garten und der Zoo repräsentieren naturnahe Outdoor-Orte, an denen sich die Teilnehmenden gerne aufhalten. Geselligkeit und gutes Essen waren weitere wichtige Wohlfühl-Faktoren, entsprechend wurden unter anderem Cafés, Restaurants, Straßenfeste als Orte des Well-Beings genannt. Aber auch Konsumorte wie Shopping-Center fanden ihren Weg auf die Poster. Sowohl Orte zum Austausch und Zusammensein als auch Rückzugsorte gehörten dazu.

Die Stadt Karlsruhe wurde aufgrund des lebendigen und vielseitigen Kulturangebots allgemein positiv beurteilt. Die Teilnehmer*innen bewerteten innovative, kreative und ästhetische Orte (z. B. den Schlachthof, die Jugendstilhäuser in der Weststadt, das Kino Schauburg oder historische Stätten) als attraktiv. Eine Vernetzung der beliebten Orte, gerade der großen Institutionen wie dem Staatstheater oder der großen Museen mit kleineren Kulturschaffenden, wurde wiederholt besonders positiv hervorgehoben.

Die Gründe, warum sich die Teilnehmenden an den gesammelten Orten wohlfühlten, lassen sich in den folgenden Kategorien zusammenfassen. Die Orte

- laden zum Beisammensein oder Austausch ein
- wecken Neugier
- geben neue Impulse und Anregungen
- sind ästhetisch attraktiv
- bieten unvergessliche Erinnerungen

Warum kommst du bereits gerne ins Schloss/Museum?

Was hält dich möglicherweise davon ab?

Das Schloss – Stärken und Verbesserungspotenziale

Das Schloss stellte für die Teilnehmer*innen einen Identifikationsort und Wahrzeichen der Stadt Karlsruhe dar, das gerne Gästen gezeigt werde. Die Fassade, die majestätische Architektur und vor allen Dingen der Turm wurden als sehenswert bezeichnet – gleiches galt für die umgebende Natur. Die Aufenthaltsqualität im Schlosspark oder an der warmen Fassade im Sommer wurde von den Teilnehmer*innen als hoch bewertet. Dadurch stellen diese Orte bereits Go-To-Places dar.

Den Schlossplatz hingegen beschrieben einige Teilnehmer*innen als unwirtlich und steril. Er sei staubig, im Sommer zu heiß und biete keinen Schutz vor den Elementen. Die mobileren Teilnehmer*innen empfanden das Schloss als gut an den Nahverkehr angebunden, wohingegen es für Menschen mit Gehbehinderung oder mobiler Einschränkung von der Stadt aus schlecht zu erreichen sei. Der Schlossplatz und vor allem der Schlossgarten wurde von Frauen bei Dunkelheit als unsicher erlebt. Die (Un-)Sichtbarkeit des Museums war für die Teilnehmenden in der Phase der Gruppenarbeit ein wichtiger Punkt: Dass sich im Schloss ein Museum befindet, empfanden einige als nicht ersichtlich bzw. als nicht bekannt genug. Schloss und Museum wirkten aus diesen Gründen eher als eine Barriere zwischen Stadt und Park – nicht als Verbindung.

Das Museum – Stärken

Die Teilnehmer*innen sahen das Badische Landesmuseum durchaus als historisch und kulturell wertvoll an. Gelobt wurde das Ausstellungsprogramm (insbesondere die Sonderausstellungen) sowie das vielseitige Angebot, das sich an alle Altersgruppen richtet (inklusive Formate, Happy-Friday-Führungen, Museumsfeste, Zeitzeug*innen-Gespräche, Angebote für Schulklassen). Innerhalb der Sammlungsausstellung wurden die Bereiche *Mittelalter* und *Archäologie in Baden* mehrfach genannt. Zum Teil lag dies jedoch sicherlich daran, dass diese Bereiche Stationen der zuvor erfolgten Führung von Museumsdirektor Eckart Köhne waren.

Die Sitzgelegenheiten für Gruppen im Ausstellungsbereich *Antike* kamen positiv an. Der Mangel an weiteren Verweilmöglichkeiten wurde im weiteren Verlauf immer wieder thematisiert. Die Homepage sowie einzelne inhaltliche Schwerpunkte wie mittelalterliches Handwerk und kirchliches Leben stießen auf ein positives Echo. Auch der kostenfreie Eintritt am Freitagnachmittag wurde von allen sehr begrüßt.

Das Museum – Anregungen zur Verbesserung

Im Positiven bezogen sich die Gruppen meist auf inhaltliche Aspekte wie die spannenden Themen und Veranstaltungen, die das Museum zu einem Erlebnisort machen. Interessanterweise drehten sich die Verbesserungspotenziale hingegen sehr stark um Aspekte, die die allgemeine Aufenthaltsqualität und Grundbedürfnisse betreffen.

Bereits in diesem ersten Workshop gelang es glücklicherweise, dass die Teilnehmer*innen nicht nur die positiven Aspekte, sondern auch Kritikpunkte freimütig äußerten. Die Aspekte, aufgrund derer die Teilnehmenden nicht gerne ins Schloss kommen, lassen sich im Folgenden in sechs Themenblöcke gliedern.

Das Museum und die Stadt Karlsruhe

Obwohl die Teilnehmenden das Schloss als zentralen Ort und Wahrzeichen der Stadt sehen, empfanden sie das Badische Landesmuseum als „abseits vom Stadtgeschehen“, gleichsam als gehöre es nicht zur Stadt. Ein*e Teilnehmer*in sagte: „Man hat das Gefühl, man interessiert sich nicht für Karlsruhe und schottet sich ab.“ Ihnen fehlte eine Verbindung zu den Karlsruher*innen sowie eine stärkere Präsenz in der Stadt. Das Badische Landesmuseum hatte bei einigen Teilnehmenden ein „schlechtes Image“ und den Ruf, „keine spannenden Inhalte“ zu vermitteln. Zugespißt bezeichnete es ein*e Teilnehmer*in gar als „feudalistisches Relikt“.

Freundlichkeit

Ein herzliches Willkommen und eine freundliche Atmosphäre sind entscheidend für ein positives Besuchserlebnis, beides vermissten einige Teilnehmer*innen. Dies hat sowohl bauliche als auch personelle Gründe. Auf der baulichen Ebene wurde der schlecht sichtbare Eingang sowie der „geschlossene, unfreundliche Eingangsbereich“ mit der Kasse im Zentrum kritisiert. Diese bauliche Problematik verband sich mit schwierigen Kommunikationserfahrungen mit dem Museumspersonal, die durch die schlechte akustische Situation noch verstärkt wurden.



Architektur
Hajestatisch
Zentrum

Bezüge
zu Region
+ Baden

Farbe
leichtes
ge

hi
ka
wa

Auch die Aspekte Freundlichkeit bzw. kommunikative Offenheit der Aufsichten und des Sicherheitspersonals wurden mehrfach als Manko genannt. Allgemein wurden die Sicherheitsvorkehrungen des Museums als hoch eingeschätzt, wobei vor allem bemängelt wurde, auf welche Weise diese Vorkehrungen kommuniziert werden. Diese Aspekte führten dazu, dass Teilnehmer*innen das Gefühl „des Nicht-Willkommenseins“ erlebten.

Orientierung und Zugänglichkeit

Ein wichtiges Bedürfnis der Teilnehmenden war es, Zugang zum Museum und den Inhalten zu erhalten und sich dort auch zurechtzufinden. Die Angebote des Museums erschlossen sich einigen Teilnehmer*innen vor Ort und online nur schwer. Die für den geplanten Besuch zentrale Frage „Was kann ich im Schloss sehen und erleben?“ blieb für viele deshalb unbeantwortet. Ein*e Teilnehmer*in beschrieb das Museum so: „Labyrinth – schlechte Wegführung und Unübersichtlichkeit der Ausstellungen bei Weitläufigkeit des Gebäudes.“ Die Teilnehmenden erhofften sich deshalb vom Museum ein Onboarding, das eine Übersicht darüber liefere, was sie dort sehen und erleben können, einen Überblick über die Ausstellungsräume sowie eine zeitliche Einordnung und mehr Orientierung im Haus. Sie hatten das Gefühl, dass viele interessante Inhalte durch fehlende Hinweise unentdeckt blieben. Statt als Teaser zum Wiederkommen und Entdecken einzuladen, wirke dies sogar ganz im Gegenteil abschreckend: „Was soll ich hier im Schloss machen? – im Sinne von: Ich habe keinen genauen Plan und bleibe orientierungslos – dann gehe ich lieber nicht rein.“

Diese Kritik war jedoch eng verbunden mit dem Wunsch, sich lange im Museum aufzuhalten und vielfältige Erlebnisse zu haben. Hierfür benötigten die Teilnehmenden sowohl in den Ausstellungsbereichen als auch außerhalb davon mehr Erholungs-, Verweil- und Kontemplationsmöglichkeiten, also Orte zum einfach Sein, Denken und Betrachten. Für Personen mit eingeschränkter Mobilität gebe es ebenfalls zu wenige Ruhebereiche und

Sitzmöglichkeiten. Ganz praktisch bedeutet dies: mehr Sitzplätze im gesamten Museum.

Aber es bestand auch ein großer Wunsch nach Ausblicken in den Park und die Stadt – gerne verbunden mit unterschiedlichen Aufenthaltsmöglichkeiten. Ein zentraler Kritikpunkt beim Thema Zugänglichkeit war die fehlende Barrierefreiheit. Es gebe zu wenige Angebote in Fremdsprachen oder für seh- und höreingeschränkte Menschen. Es fehle außerdem an Angeboten in einfach verständlicher Sprache bzw. in unterschiedlichen Sprach- und Inhaltsniveaus. Weitgehend wurde das Angebot als nicht niederschwellig bewertet. Wiederholt wurden lange Wege mit wenigen Verweilmöglichkeiten, fehlende Leitsysteme, unzureichende Geländer an den Treppen, aber auch die Ausstattung der WCs genannt. Hieran schloss eine unzureichende Familienfreundlichkeit mit ordentlichen Wickeltischen und der Wunsch nach schönen Rückzugsorten für stillende Personen an. Zudem nahmen die Teilnehmer*innen den nicht immer funktionierenden Aufzug als große Barriere wahr und forderten alternative Aufzüge an mehreren Stellen im Museum. Auch die Werbung kam bei einigen Teilnehmer*innen gar nicht oder nicht positiv an.

Die Ausstellungen

Die Sonderausstellungen wurden allgemein gelobt, wohingegen einige Teilnehmer*innen die Dauerausstellungen als überladen bezeichneten. Es handele sich um „sichtbar ALTE“ Ausstellungen und auch die Atmosphäre wurde als zu dunkel empfunden. Die Dauerausstellungen wurden als nicht lebensnah und „vollgestopft voller Schaukästen“ beschrieben. Gerade für Kinder aus Vor- und Grundschule sei das Museum langweilig. Auch gebe es „nicht viel Neues“. Die Besucher*innen würden nicht ausreichend in die Ausstellungen einbezogen und es fehle an Interaktionsmöglichkeiten – zu wenig „Museum zum Anfassen“. Für Erwachsene fehle es an spielerischen Zugängen oder Gamification-Angeboten. Prinzipiell gelte für die momentanen Dauerausstellungen: „viel zu viele Objekte – zu wenige Geschichten“.



Aufenthaltsqualität

Darüber hinaus wurden drei weitere wichtige Punkte festgehalten, die die Aufenthaltsqualität beeinflussen: Die „altbackene Gastronomie“, die räumlich vollkommen vom Museum getrennt ist. Hier wünschten sich die Teilnehmer*innen einen direkten Zugang und idealerweise einen Bezug zu den Themen des Museums. Allgemein empfanden sie die Beleuchtung im Museum als zentralen Punkt, der die Aufenthaltsqualität mindere. Es fehle an Licht und ganz besonders an Tageslicht. Auch bauliche Aspekte wie die Luftqualität und Temperatur kamen zur Sprache. Diese Erfahrung und ihre Wirkung auf den Besuch wurden von einem*r Teilnehmer*in pointiert notiert: „Fast tropische Schwüle – Kreislaufproblem“.

Verbesserungspotenziale

- Eine bauliche und inhaltliche Verbindung von Stadt, Museum und Park
- Abbau von baulichen und inhaltlichen Barrieren
- Schaffung einer herzlichen Willkommenskultur
- Erhöhung der Besuchsqualität durch Aufenthalts- und Ruhemöglichkeiten
- Klares Onboarding und transparente Kommunikation der Angebote
- Modernes und hochwertiges Design

Was wünschst du dir vom Museum der Zukunft?

Nach dieser umfangreichen Bestandsaufnahme schlug der letzte Workshop-Teil die Brücke zum Museum der Zukunft. Die Workshop-Teilnehmer*innen sollten sich nun überlegen, was sie brauchen, um sich wohl und willkommen zu fühlen. Daran anschließend sollten sie gemeinsam in zwei Phasen entwerfen, was das Museum der Zukunft haben müsse, damit sie sich wohlfühlen. In der ersten Phase ging es um die Frage, welche Emotionen es bei den Besucher*innen wecken müsse, in der zweiten Phase darum, welche sinnlichen Wahrnehmungen die Besucher*innen dort machen sollen.

Wie fühlst du dich im Museum der Zukunft?

Man kann rückblickend sagen, dass diese Aufgabe den Teilnehmer*innen erwartungsgemäß am schwersten fiel. Es gab in den Diskussionsrunden mitunter Überschneidungen zwischen der Sammlung von Emotionen und von Sinneswahrnehmungen, auch wenn es streng genommen zwei unterschiedliche Aufgaben waren.

Abgesehen von den großen Linien und Clustern waren manche Einzelmeldungen sehr interessant. Exemplarisch seien hier zwei Wünsche genannt: „Ich möchte mich an die Hand genommen fühlen“ und „Ich möchte mich verstanden und angenommen fühlen“. Das Gefühl, an die Hand genommen zu werden, ging in viele Bereiche des Museumserlebnisses hinein und reichte von der Werbung über den physischen Zugang und das Onboarding, zur Ausstellungsgestaltung und den Service-Bereichen. Ebenso bezog sich das Gefühl, angenommen und verstanden zu werden, auf die direkte Ansprache durch das Museumspersonal, aber auch auf die Inhalte, Themen und Texte in der Ausstellung. Im Wunsch danach, „Abenteuer zu erleben“, klangen hingegen Aspekte wie Überraschung, Entdecken oder auch das Verlassen der eigenen Komfortzone an. Diese Beispiele zeigen, wie wichtig und komplex es ist, ein Gefühl des Wohlfühlens und Willkommenseins im Museum zu erzeugen.

Auf der baulichen Ebene legten die Teilnehmer*innen großen Wert auf ein modernes und nachhaltiges Energiekonzept. Für die Raum- und Aufenthaltsqualität wünschten sie sich Aussichtsmöglichkeiten in den Park, was zur erhofften Verbindung zwischen Stadt und Schlossgarten beitragen würde. Auch wurden „Pflanzen im Gebäude“ erwähnt, ein Wunsch, der natürlich immer nur mit Rücksicht auf konservatorische Notwendigkeiten des Objektschutzes diskutiert werden kann. In sehr vielen unterschiedlichen Wortmeldungen wurde der Fokus auf helle, angenehm temperierte Räume gelegt. Der Eingangsbereich war in der Vorstellung der Teilnehmer*innen ein Raum, der multifunktional genutzt werden könne. Gerade zu Beginn des Museumsbesuches war ihnen ein niederschwelliger Begegnungsort wichtig, der direkt das Gefühl vermittele, einfach „da sein zu dürfen“. Hier verorteten sie auch ein Angebot zur Orientierung, das ganz deutlich mache: „Was kann ich hier tun, entdecken und erleben?“ und „Wo finde ich die Bereiche, die ich suche?“. Neben Informationsmaterial sollten hier auch Ansprechpersonen sein, die das Onboarding erleichtern. Dieser Bereich böte auch die Chance, entspannt auf andere zu warten und noch einmal kurz zu verweilen. Im Museum der Zukunft sollte es verschiedene Begegnungsorte, Dritte Orte und Open Spaces sowie Plätze zum Essen und Trinken geben. Speisen und Getränke könnten auch im gemütlichen Museumscafé konsumiert werden.



Wenn das Museum ein Emoji wäre, dann wäre es ...



Stimmungsbild unserer Abschlussfeier – entstanden mit Mentimeter, einem partizipativen Tool, das eindrücklich die Gedanken und Meinungen der Teilnehmenden visualisiert.

Auf inhaltlicher Ebene möchten sich die Teilnehmenden fasziniert, neugierig, überrascht, interessiert und bereichert fühlen. In den Ausstellungen sollen die Objekte gut sichtbar sein. Die Präsentation, die mit guter Beleuchtung in Szene gesetzt und beispielsweise mit Lupen o. Ä. verstärkt werde, erlaube ein genaues Erkunden. Die Räume selbst seien stimmungsvoll und immersiv gestaltet. Hier wurden als Beispiele Kerzenlicht und gregorianische Gesänge im *Mittelalter* genannt. Ein*e Teilnehmer*in wünschte sich noch mehr: „Ich möchte gerne auf dem Thron sitzen!“ Auch ohne Thronbesteigung war Geschichte(n) zum Anfassen ein großes Thema. Mit Hands-on-Stationen, vielfältigen Vermittlungsangeboten, Verkleidungen und interaktiven Tastmodellen lade das Museum der Zukunft zum Mitmachen ein. All diese Angebote würden es den Besucher*innen erlauben, in die vergangenen Zeiten, Epochen und Welten einzutauchen. Denn die Teilnehmer*innen wollen die Geschichten sinnlich erfahren und die Zusammenhänge zwischen den Objekten herstellen können.

Der soziale Aspekt des Museums als Begegnungsort kam in mehreren Wortmeldungen zum Tragen. Die Teilnehmenden äußerten den Wunsch, sich integriert zu fühlen, sich austauschen und mitmachen zu können. So wurde das Anprobieren mittelalterlicher Kleidung oder eine Schreibwerkstatt genauso erwähnt wie Angebote im Bereich Künstliche Intelligenz (KI) und ein starker Fokus auf Story-Telling. Das Museum sei dabei nicht nur ein Bildungsort, sondern auch ein Ort der Unterhaltung, der Kommunikation und Begegnung. Es soll idealerweise ein Safe Space sein, an dem man sich sicher fühlen könne – sicher vor Rassismus, Sexismus, Homophobie, Transfeindlichkeit etc. – sowie ein Ort, an dem es vertrauenserweckende Ansprechpersonen gäbe. Einer*in Teilnehmer*in war es wichtig, mit dem vorausgesetzten Bildungsniveau keine künstliche Barriere zu errichten, indem er*sie anmahnte, „keinen elitären Bildungsbegriff“ anzulegen. Das Museum solle die Karlsruher*innen stolz machen: „Das hier zeige ich meinen Gästen gerne.“

Für Partizipation, Mitmachen und Interaktion gäbe es im Museum der Zukunft reichlich Gelegenheit. Besucher*innen könnten an vielen Stellen Erinnerungen sammeln, in neuen Welten wandeln und Abenteuer erleben! Sie würden „entdecken – lernen – staunen“, es gäbe Überraschungen und viel zu erkunden. Sie könnten hinter die Kulissen des Museums blicken, die Menschen kennenlernen, die dort arbeiten, und „an deren Faszination teilhaben“. Das alles motiviere dazu, wiederkzukommen. „Ich möchte die Freude haben, diese Schätze meinen Enkelkindern zu zeigen.“ Das Museum der Zukunft soll ein zeitgemäßer und moderner Wohlfühlort sein. Man solle dort „das Gefühl haben, aufatmen zu können“.

Was nimmst du im Museum der Zukunft wahr?

Die Frage nach den sinnlichen Eindrücken stellte für die Gruppe eine noch größere Herausforderung dar als die nach Gefühlen. Das Museum der Zukunft soll ein vielseitiges multisensorisches Erlebnis bieten und damit die durch die Ausstellung geweckten Gefühle verstärken. Im Folgenden sind die sinnlichen Erlebnisse, wie sie sich die Teilnehmenden für das Museum der Zukunft vorstellen, nach den jeweiligen Sinnen geordnet dargestellt.

- Sehen: Das Museum ist lichtdurchflutet, es herrscht warmes Licht. Tageslicht und der Blick in den Park öffnet das Museum nach außen und erhöht die Aufenthaltsqualität.
- Hören: „Lachen möchte ich hören“, „kein Flüstern“. Das Museum der Zukunft ist ein Ort des Glücks und der Fröhlichkeit, in dem man auch Gespräche und Lachen hört, in dem es also gerne auch etwas lauter und lebendiger zugehen darf.
- Riechen und Schmecken: Frische Luft und unaufdringliche Gerüche erfüllen den Raum. Man riecht und schmeckt das gute Essen im Café – das aus badischen Gerichten, themenspezifischen Angeboten und einem Mittagstisch bestehen kann. Riech-Stationen bieten nicht nur angenehme Gerüche wie Weihrauch oder Parfüm der Barockzeit als Untermalung. Ein*e Teilnehmer*in äußerte den Wunsch, extreme und unangenehme Gerüche wie Gerberlauge riechen zu können.
- Fühlen: Von Objekten bis zu Tastmodellen gibt es eine Vielzahl von Hands-on-Elementen im Museum. Die Ausstellung kann so tatsächlich „begriffen“ werden.

Dies sollte das Museum der Zukunft nach Meinung der Teilnehmenden sein oder bieten:

- Es ist ein ökologisch und sozial nachhaltiges Museum.
- Es ist ein Begegnungsort, ein Ort des Miteinanders und des Austausches.
- Es ist ein Safe Space.
- Es bietet ein buntes Angebot für eine vielfältige Gesellschaft.
- Spaß und Bildung sind eng verwoben.
- Es zeigt spannende, moderne Ausstellungen mit starkem Gegenwartsbezug.
- Es ist partizipativ und immersiv.
- Es enthält Angebote für alle Sinne.

Fazit

Der Workshop stellte für die Mitarbeitenden des Museums, aber auch für die Teilnehmenden einen sehr gelungenen Start in das Projekt *Museum Mitgestalten* dar. Es ist zumindest für den Workshop-Abend gelungen, einen Ort des Wohlfühlens im *Luftschloss* zu kreieren. Dies war eine wichtige Bestätigung, mit dem Projekt auf einem guten Weg zu sein.

Es wurden anregende Diskussionen geführt, die Alastair Somerville anleitete und strukturierte. Eine seiner Aussagen steht exemplarisch für den Mehrwert der gewonnenen Erkenntnisse: „Design verändert sich, Gefühle bleiben!“

Auch wenn konkret über einzelne Design-Aspekte oder spezifische Wünsche gesprochen wurde, kam die Diskussion immer auf die zugrundeliegenden Bedürfnisse und Gefühle zurück. In diesem Sinne konnte spät am Abend zufrieden konstatiert werden, dass viele Anregungen in der Workshop-Gruppe gesammelt wurden, die in das weitere Projekt mitgenommen werden können.



Mitte der
Jahreszeit

Ein neues
Welt
Gedanken



die Villa nachbauen
Kunstwerk
und ein gutes Auge für
Freund, eine Naschbrot
Boden, 6. hat eine beste
Kinder erklären Kunst:

Wir erklären Kunst:
Kinder erklären Kunst:



Rü

keine
Hochschule
denken

Vie Farbe



Offen bleiben
Ideen
Zukunft



Uiele
Zielgruppen
berücksichtigen



Nachhaltig



Fantasie

Kunst hat keine Grenzen
und verbindet

Erleben

vs. digitale
Welt

Workshop 2

Was kann mein Museum noch sein?

Offenheit & Gebäudenutzung

Auf den ersten Blick erscheint es vielen Menschen einfach, die Frage zu beantworten, was ein Museum ist: Ein Museum, das ist ein Ort, an dem Objekte zu bestimmten Themen gesammelt und ausgestellt werden, den man als Einzelperson oder in Gruppen besuchen kann und in dem durch Führungen oder Workshops Wissen vermittelt wird. Aber ist das alles?

Oder können Museen bzw. Kultureinrichtungen im Allgemeinen nicht noch viel mehr sein? Ein Wohnzimmer, ein Treffpunkt für Freund*innen oder Dates, ein Ort zum Lernen und Arbeiten, ein Makerspace, ...?

Methode & Ablauf

Der Workshop „Was kann mein Museum noch sein? Offenheit und Gebäudenutzung“ fragte nach den Potenzialen, die im Karlsruher Schloss neben der klassischen Museumsnutzung noch schlummern. Die Öffnung des Hauses für die Stadtgesellschaft ist ein wichtiges Anliegen der Neukonzeption. Neben der Öffnung des Museums für neue Themen, neue Besucher*innen oder neue Methoden geht damit auch einher, dass das Schloss zu einem Go-To-Place für die Stadt Karlsruhe werden soll. Wie kann dies gelingen? Was würden die Workshop-Teilnehmer*innen gerne im Schloss machen? Der Workshop bestand nach dem Kennenlernen und der anfänglichen Führung aus drei Hauptbestandteilen:

- Speed-Dating zum Einstieg in die Themenfragen
- World-Café
- Vorstellung der Ergebnisse, Diskussion und Blitzlichttrunde



Viola Hilbing ist Kultur- und Projektgestalterin. Außerdem ist sie als Gründerin des „Projektbüros für Kulturgestaltung“ in den Bereichen Vermittlung, Programmkonzeptionen, Organisation, Moderation und Strategieentwicklung für Kunst und Kultur tätig.

Der Workshop

Speed-Dating

Das Einstiegsformat des Speed-Datings wurde gewählt, um den Teilnehmenden die Möglichkeit zu geben, sich einerseits gedanklich auf die Leitfragen des Workshops einzustellen und eine Basis für den zweiten Teil zu schaffen. Andererseits sollte diese Runde als „Eisbrecher“ dienen, in dessen Verlauf alle Teilnehmer*innen in Tandems ins Sprechen kommen. Damit dies gelang, wurde mit dem Begriff des Wohlfühlens ein niederschwelliger und lebensnaher, zugleich aber grundlegender Einstieg in die Themenfrage gewählt. Im zweiten Teil des Workshops wartete eine kreative Aufgabe, die sich auf die Zukunft des Museums bezog.

Es wurden Paare gebildet und Umschläge mit den folgenden Fragenkomplexen verteilt:

- 1) Was bedeutet Wohlfühlen für dich? Welche Farben, Orte, Gegenstände, Formen, Materialien assoziiert du mit dem Gefühl von Wohlfühlen?
- 2) Wann fühlst du dich wohl? Wann nicht? Wie fühlst du dich wohl? Wie fühlst du dich nicht wohl?
- 3) Wann hast du dich zuletzt in einer Kulturinstitution/einem Museum/einer Kulturveranstaltung wohlgefühlt? Wen oder was erinnerst du besonders deutlich?

Was bedeutet Wohlfühlen für dich?

Schon bei der Beantwortung des ersten Fragekomplexes wurde die immense Weite des Themas deutlich. Manche Paare waren sich des Museumskontextes sehr bewusst und gaben als Grundlage ihres Wohlfühlens das Angebot kostenloser Audio-Guides oder die Erhaltung des „alten Museumsflairs“ an, wenn auch in Verbindung mit interaktiven Angeboten. Andere Antworten drehten sich um die konkrete Ausstattung (Echtholz, nachhaltige Materialien) oder um große Linien der Gestaltung wie Helligkeit, Wärme oder Farbe (auch konkrete Farben wurden genannt). Die abstraktesten Assoziationen, die der konkreten Ausgestaltung Raum lassen, betrafen das Thema Entspannung: „weg von Stress“, „zur Ruhe kommen“, „sein können, wie ich bin“. Auch die allgemeine Orientierung und die Befriedigung von Grundbedürfnissen (leicht zu findendes WC, Notausgänge, Gefühl der Sicherheit) stellte für mehrere Paare eine wichtige Basis für ihr Wohlfühl dar.

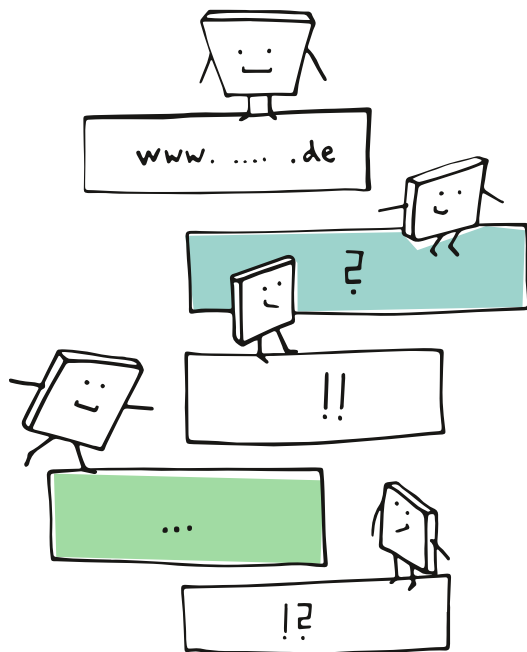
Wann und wie fühlst du dich wohl? Wann und wie nicht?

Die Grundbedürfnisse spielten auch im zweiten Antwortkomplex eine wichtige Rolle. Die Teilnehmenden fühlen sich wohl, wenn sie genügend Platz haben, wenn sie essen und trinken können (und dieses auch selbst mitbringen dürfen), wenn sie gemütlich sitzen können, wenn sie Frischluft und wohltemperierte Räume vorfinden und wenn gute und auffindbare Toiletten zur Verfügung stehen.

Ein wichtiger Antwortkomplex, der in dieser Runde hinzukam und eine große Rolle spielte, ist die soziale Komponente. Zwei Teilnehmer*innen fühlen sich „in nett gestalteten Räumen“ „von netten Menschen umgeben“ wohl. Andere wünschten sich gemeinsame (d. h. inklusive und generationenübergreifende), tolerante und vorurteilsfreie Räume, in denen sie miteinander sprechen können. Anschaulich wurde dieser Aspekt im Wunsch, „frei (zu) sein, wie (ich) angezogen (bin)“. Auch die Antwort „Harmonie, keine Konfrontation“ zielte stark auf die zwischenmenschlichen Begegnungen ab. Das Museum kann den Teilnehmenden zufolge diesen sozialen und individuellen Bedürfnissen wertschätzend entgegenkommen. So kann es als „Haus der Begegnung“ dienen, es sollte ein Gefühl des Willkommenseins erzeugen und Gastfreundschaft ausstrahlen.

Eine Gruppe formulierte auch einen bedeutsamen Wunsch an das Museum: Sie fühlt sich an Orten wohl, „die für die Demokratie einstehen“.





Wann hast du dich zuletzt in einer Kulturinstitution/einem Museum/ einer Kulturveranstaltung wohlgefühlt?

Nachdem der Blick auf Wohlfühlen im Allgemeinen geweitet war, sollte es im letzten Schritt des Speed-Datings noch einmal konkreter werden. Die Paare nannten hier zum Großteil weniger Orte als vielmehr Aspekte, die ihnen das Wohlfühlen zuletzt erleichtert hatten. Hier ließen sich gut große Cluster bilden. Wichtig war den Teilnehmer*innen die Orientierung und das Gefühl des Willkommenseins (räumlich und durch das Museums-team), Raum und Ruhe, die Möglichkeit, aktiv zu werden sowie verschiedene (auch multisensorische) Zugänge zu den Themen.

Es wurden aber auch einige konkrete Orte oder Institutionen genannt. Dabei nannten dieselben Tandems jeweils mehrere Orte, sodass eine gewisse Bandbreite zustande kam:

- „Berliner Stadtschloss: Tolle Architektur – hell und luftig“
- „Künzelsau: Besondere Bilder, Skulpturen u. tolles Gebäude“
- „Musée du Louvre: Negativ für uns beide:
Kein Platz bei der *Mona Lisa*“
- „Frieder Burda Museum“
- „Fondation Beyerle“
- „Badische Landesbibliothek: Hans Thoma-
Veranstaltung und vermittelnder Input“
- „Auf einem Konzert gestern; ich konnte am Rand sitzen und
ruhen und es wurde akzeptiert; konnte mich nach Belieben
zur Musik bewegen (Gefühl, nicht unter Beobachtung zu
stehen, keine Erwartungen erfüllen zu müssen)“

Fazit Speed-Dating

Die Ergebnisse des Speed-Datings lassen sich zu folgenden übergreifenden Aspekten zusammenfassen:

- *Gefühl des Willkommenseins*
Bedürfnisse werden gesehen, respektiert und beachtet.
Orientierung in Raum und Thema wird gegeben.
Verschiedene Zugänge zur Auswahl.
Freundlichkeit (Personal und Räume)
- *Interaktion mit Ausstellungen*
- *Entspannung/Ruhe finden*

World-Café

Der Hauptteil des Workshops baute auf dieser Vorarbeit auf. Im Rahmen eines World-Cafés wurde an drei Tischen je ein Themenkomplex diskutiert:

- *Das Museum als Erlebnisort*
Ich gehe ins Museum und wieder hinaus:
Was ist in der Zwischenzeit mit mir passiert?
Welche emotionale Beziehung wünsche ich mir?
Welche Inhalte möchte ich im Museum erleben?
- *Das Museum von allen für alle*
Wie werden wir ein offenes Haus für alle?
Wie können Bürger*innen dazu beitragen, dass ihre Stimmen, Perspektiven und Wahrnehmung von Geschichte sichtbar werden?
- *Das vielseitig nutzbare Museum*
Wie können wir das Museum neben Ausstellungsbesuchen noch nutzen, um es zu einem einladenden Ort für verschiedene Menschen zu machen?
Welche Visionen und Ideen habe ich für eine alternative Nutzung?

Bewegte sich der erste Themenkomplex durch die Fragestellung noch näher an überkommenen oder bestehenden Vorstellungen von „Museum“, wagten der zweite und vor allem dritte Komplex größere Schritte auf „unkartiertes Gelände“, auf dem sich die Teilnehmenden möglichst freie Gedanken machen sollten. Die Vorgabe für die Gruppenarbeit waren Brown Paper, die mit Text und Bildschnipseln, gerne auch Collagen, gefüllt werden konnten. Dafür lagen neben Bastelmaterialien auch eine Auswahl an verschiedenen Magazinen aus, die ausgeschlachtet werden konnten. Alle Teilnehmenden hatten dabei die Möglichkeit, an zwei verschiedenen Stationen mitzuwirken, es wurden also einmal die Tische getauscht. Dabei arbeitete die jeweils zweite Gruppe am Brown Paper ihrer Vorgänger*innen weiter, sodass jeder Themenkomplex in ein gemeinsames Ergebnis mündete. Bei dieser Arbeitsmethode war es gewinnbringend, dass die zweite Gruppe eigene Ideen einbrachte, aber auch die kreative Leistung der ersten Gruppe als Input und Anregung erhielt.

Das Museum als Erlebnisort

Die Diskussion zu diesem Themenbereich ging in mehrere, sehr unterschiedliche Richtungen. Das spiegelte sich auch in der Gruppenarbeit, in der sich mehrfach kleinere Parallelgespräche zu ganz unterschiedlichen Themen entsponnen. Das wird auch am Plakat deutlich, auf dem mehrere sehr disparate „Themen-Ecken“ zu sehen sind, die in diesen Binnengesprächen entstanden sind.

Beim Begriff des Erlebnisortes eher nahe-liegend ist der Wunsch, „raus aus dem Alltag“ zu kommen. Die Teilnehmenden wollen also neue, ungewohnte Erlebnisse im Museumsraum machen und assoziierten damit Begriffe wie „Spaß“, „Zauber“, „Frei bewegen“ oder „Phantasie anregen“. Zu letzterem gestaltete eine Teilnehmerin eine Collage aus mehreren Bildern, auf denen Ausschnitte moderner Kunstwerke und Bilder von Menschen in entspannter Haltung und Aktivität abgebildet sind. Optisches Zentrum der Collage ist ein Gemäldeausschnitt, der das Gesicht einer Frau zeigt, die nachdenklich schaut und die Hand dabei zum Kinn führt. Dieses Bildnis wurde mit dem Begriff der „Nachdenklichkeit“ kommentiert, der weit über die reine Tätigkeit des Nachdenkens hinausgeht. Vielmehr beschreibt „Nachdenklichkeit“ eine allgemeine Geisteshaltung, die im Alltagsleben oft untergeht, da oftmals die räumliche, zeitliche und geistige Freiheit fehlt. Dieser Begriff ist ein weiteres schönes Beispiel dafür, dass es sich lohnt, neben den großen Linien der Workshop-Ergebnisse immer auch einzelne Wortmeldungen aus den Beteiligungsworkshops zu nennen und genauer zu beleuchten, da sie oftmals tiefgehende Aspekte beinhalten und aus sich heraus eine kleine Welt eröffnen. Wie bereits in der ersten Runde wurde der Wunsch geäußert, dass diese Erlebnisse mit allen Sinnen erfahrbar und interaktiv sein sollten.

Untermalt wurde dieses Bedürfnis durch eine Darstellung eines großen Festgetümmels. Der Wunsch nach ungewöhnlichen Erlebnissen wie ausgelassene Feiern und Übernachten im Museum war damit verknüpft.



Sehr interessant war hier ein Kontrapunkt, der den Teilnehmenden selbst wichtig war: „Vergesst über das Erlebnis die Wissensvermittlung nicht.“ Das zeigt, dass in der Gruppe die Kernaufgaben eines Museums auch dann präsent bleiben, wenn man sie speziell auf das Museumserlebnis der Zukunft anspricht. Ein*e Teilnehmer*in ergänzte, dass er*sie weiterhin auch begeistert von klassischen Führungsformaten sei, die auch gerne mal mehrere Stunden dauern dürften.

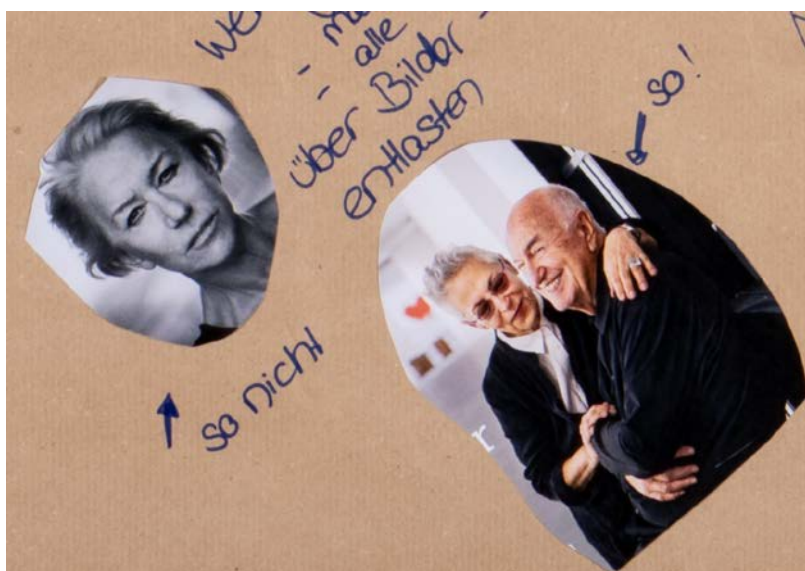
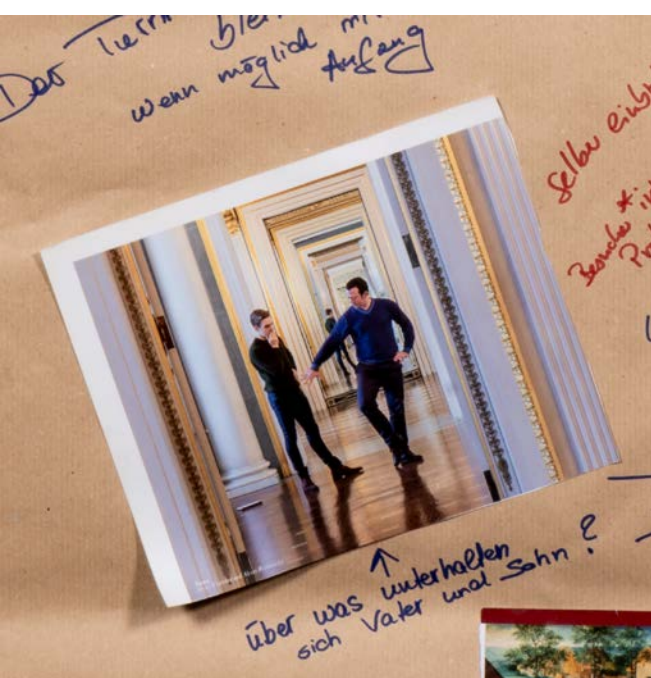
Konzentrierte sich dieses Cluster stark auf die Ausstellung, die Vermittlungsangebote und die Gestaltung, richtete ein anderes das Schlaglicht auf den sozialen Aspekt des Ortes: „Das Museum als Begegnungsstätte“. Der Gruppe war es wichtig, verschiedenartigen Menschen im Museum zu begegnen. Das Museum müsste also „einladend“ für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen sein. Dabei kam aber auch die Unvereinbarkeit mancher Bedarfe zur Sprache. Manchen ist eine stille Umgebung wichtig, andere haben es gerne lebhaft und auch laut. Diese Aspekte sind im gleichen Raum zur gleichen Zeit schwer vereinbar, aber es lassen sich natürlich bei solch grundlegenden Fragen Lösungen finden, man denke nur an die leise Stunde in manchen Supermärkten oder an eine Trennung in „eher leise“ und „eher laute“ Räume.

Wichtig waren der Gruppe aber nicht nur die jeweiligen Gegenüber, sondern sie wollten auch einfach sie selbst sein können und „nichts müssen“. Interessant war auch hier die Wortmeldung, dass man sich zwar wohlfühlen, aber auch „raus aus der Komfortzone“ möchte. Vom Museum wird also ebenso erwartet, nicht nur ein Wohnzimmer zu sein, sondern die Besucher*innen auch herauszufordern. Das schlägt wieder den Bogen zum Verlassen des Alltags. Die Besucher*innen wurden nicht nur als solche, sondern auch als Protagonist*innen des Museums gesehen. Hier klingt schon stark die Frage des zweiten Tisches „Ein Museum von allen für alle“ an. Stellvertretend für diesen Begegnungsraum wurde ein Bild zweier Männer im engagierten Dialog gewählt.

Ein Gesprächsstrang, der sich im Laufe der Diskussion verselbstständigte und zu einer der angesprochenen „Themen-Ecken“ auf dem Plakat führte, betraf das Thema Regeln. Der Exkurs entzündete sich an der Frage nach der Vereinbarkeit der Bedürfnisse von Kindern und Erwachsenen. Stören

Kinder? Stören Erwachsene? „Stört“ überhaupt jemand? Den Teilnehmenden waren hier die Regeln als Steuerung wichtig, aber nicht in der altbekannten Form „Nicht rennen! Nicht schreien! Nicht schubsen!“. Im Gespräch kristallisierte sich vielmehr heraus, dass es zwar wichtig ist, welche Regeln aufgestellt werden, aber auch, wie diese formuliert und vermittelt würden. Einem Teil der Gruppe war es hier wichtig, zu betonen, dass es weniger Verbote, sondern eher positive Regeln brauche, und dass das Ziel der Regeln sein müsse, dass alle aufeinander achteten: Ermunterung zur gegenseitigen Rücksichtnahme statt Verbote und Strafandrohung. Das gelte nicht nur für die Formulierung, sondern auch die Vermittlung der Regeln. Sie sollten den Besucher*innen freundlich und eher ermunternd nahegebracht werden und nicht im Sanktionston.

Übergreifende Wünsche, die alle diese Themen berührten, waren einerseits der Appell, bei den Kindern als den Museums-menschen der Zukunft anzusetzen und andererseits eine interessante Architektur zu bieten, in der man (beispielsweise durch Geheimgänge) Dinge neu entdecken könne.



Das Museum von allen für alle

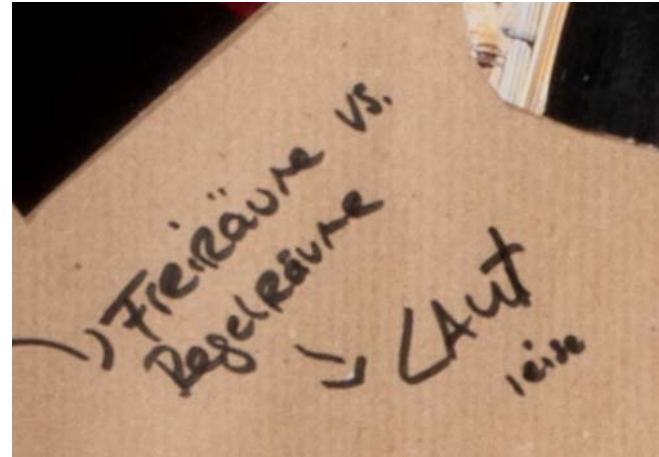
Die zweite Tischgruppe hatte das anspruchsvolle und für manche Teilnehmende vielleicht auch abstrakte Thema Multiperspektivität zum Gegenstand. Passend dazu entwickelten sich auch in diesem Themenbereich sehr unterschiedliche Sichtweisen. Die Gruppe fand dennoch viele Gemeinsamkeiten in den unterschiedlichen Unterthemen und machte dies durch visuelle Querverbindungen sichtbar. Zwischen zusammenhängenden Punkten in unterschiedlichen Themenbereichen klebten sie lange Tape-Bahnen, die einen erkennbaren Bezug herstellten.

Eine naheliegende Frage, die sich beim Titel „Das Museum von allen für alle“ stellte, war: Wer ist überhaupt „alle“? Der Gruppe war die Verankerung des Museums in einer offenen, bunten Gesellschaft, in der eine große Vielfalt an Ideen existiert, sehr wichtig. Neben dieser Diversität, die an sich noch nicht dynamisch ist, war der Anspruch in mehreren Beiträgen präsent, offen zu bleiben und stets neu zu denken. Das Museum solle „keine Stereotype“ anlegen und auf Schwarz-Weiß-Denken verzichten.

Die großen Herausforderungen, die sich damit an das Museum stellen, waren der Gruppe dabei bewusst. Wer wird in Zukunft ins Museum kommen und vor allem: Welche jungen Menschen kommen dann ins Museum? Was werden deren Erwartungen und Bedürfnisse sein? Um auf diese Fragen geeignete Antworten zu finden, gelte es einerseits, jetzt die Kinder als Museumsbesucher*innen von morgen zu integrieren, aber andererseits auch nachhaltig zu denken. Darunter verstanden die Teilnehmenden eine gewisse Flexibilität in den Formaten und Themen, aber auch entsprechende Strukturen. Hier wurde konkret die „Bürgerbeteiligung als ständige Einrichtung“ als Wunsch geäußert, um am „Puls der Zeit“ zu bleiben. Wichtig sei nicht nur die Frage „Was wird gezeigt?“, sondern auch „Wer hat die Berechtigung, im Museum zur Sprache zu kommen?“. Die Feststellung, dass die Repräsentation verschiedener gesellschaftlicher Gruppen im Museum nicht gleich stark ist, war in der Diskussion demnach präsent. In die Partizipationsstrukturen müssten also auch entsprechend unterschiedliche Gruppen eingebunden werden. Auch die partizipative Entwicklung von Ausstellungen war für die Gruppe eine wichtige Grundlage für inhaltliche und methodische

Aktualität. Als Beispiele für aktuelle Themen wurde „Feminismus als Querschnittsthema“ genannt sowie ein Magazin-Artikel zum Thema „Schuhe aus Müll“ integriert, der für den Aspekt Nachhaltigkeit steht. Interessanterweise griff dieser Aspekt schon auf die Volontär*innen-Ausstellung *Kann das weg?* vor, die erst Monate später öffentlich gemacht wurde. Darüber hinaus wurde die Idee eines „Labors“ vorgeschlagen, in dem nicht nur neuartige Formate entwickelt, sondern auch in andere Bildungseinrichtungen hineingetragen würden. In methodischer Hinsicht wünschte sich die Gruppe ein Hinausschauen über den Tellerrand, indem „nicht nur museale Formate“ angeboten werden, sondern auch ungewohnte und neue Formate. Zum Begriff der Multiperspektivität wurden in viele Richtungen schauende Ziegen sowie eine Giraffe als Verbildlichung ausgewählt.

Schließlich nahm das Thema Bedürfnisse einen großen Raum ein. Trotz der Schwierigkeit, die Bedarfe künftiger Jahrzehnte vorauszuahnen, nannten die Teilnehmenden Bedürfnisse, die ihnen wichtig sind und wohl bleiben werden. Der Begriff der Sinnlichkeit wurde mit einem Schaubild untermalt, das den Tast-, Geruchs- und Hörsinn umfasst. Interessant ist hier, dass zwei Sinne nicht erwähnt wurden: der Sehsinn – wohl, weil er in der Regel am stärksten aktiviert und genutzt wird – und der Geschmackssinn – weil er als zu abseitig empfunden wurde. Sehr eindrücklich ist der Wunsch, dass Museum solle „kein heiliger Tempel“ sein. Die Tischmoderatorin empfand es im Nachgespräch so, dass der Wunsch nach Umdenken in der musealen Praxis in der Diskussion sehr präsent gewesen sei.



Wichtig waren für die Besucher*innen im wahrsten Sinne des Wortes Aufenthaltsräume, die hell und licht seien und in denen man gerne sei. Die Teilnehmenden wünschten sich „Freiräume“, in denen Freiheiten gewährt werden können, waren sich aber bewusst, dass es auch Regeln brauche, um allen möglichst viel Freiheit zu sichern. Als diesem Ziel zuträglich wurde auch Toleranz angesehen, die nicht als „Alle dürfen alles“ verstanden werde, sondern als Einsicht, dass es unterschiedliche Bedürfnisse gibt, die nach Befriedigung streben.

Zu guter Letzt spielte das Thema der Barrieren eine große Rolle, wenn man unterschiedliche und vielfältige Gruppen einladen und zur Sprache kommen lassen möchte. Hier war den Teilnehmenden sehr bewusst, dass Barrierearmut viel mehr bedeutet als die Tauglichkeit für Menschen mit Mobilitäts- oder Seheinschränkung. Die Art der Sprache, zu kleine oder zu dunkle Räume sowie zu viel Text wurden als vermeidbare Barrieren genannt.



Der dritte Thementisch beschäftigte sich mit einem sehr konkreten Thema: Wie möchte ich mein Museum der Zukunft nutzen? Was möchte ich dort machen? Das bezog sich einerseits auf die Ausstellungsräume, andererseits aber auch auf Räume, in denen nichts ausgestellt wird. Gerade mit Blick auf den Stand der konzeptionellen Planungen, die eine Unterscheidung in unterschiedlich genutzte Raumtypen vorsieht, ist diese Frage sehr gewinnbringend.

Mit einer Collage als prägendes Element wurde ein Fantasieraum zu Papier gebracht. Dabei könnte es sich um einen Bereich des Museums oder das ganze Haus handeln. Viele verschiedene Aspekte flossen in diesen Raum ein. Der erste dieser Aspekte war die Immersion bzw. das Abtauchen in eine andere Welt. Dies könne einerseits durch die Raumgestaltung, ihre Symbiose mit dem Inhalt geschehen, aber „gerne auch digital“. Inhaltlich verwandt sind die Begriffe „Abenteuer“ und „Erlebnis“ gesehen worden, die auf jeden Fall ein Heraustreten aus dem Alltag beinhalten, aber auch deutlich mehr. Die Gruppe wünschte sich „Magische Räume“, die ein „atmosphärisches Eintauchen in die Welt der Objekte“ ermöglichen. Der Fantasieraum solle außerdem ästhetisch schön sein und mindestens einen echten „Hingucker“ beinhalten. Die Menschen möchten diesen Raum „genießen“. Auf dem Plakat passt hierzu die Überschrift „Sehnsucht nach Schönheit“, die die Gruppe mit dem Wunsch nach stylischen, gut gestalteten Räumen verband, die klare Linien hätten und die den Menschen das Wohlfühlen erleichterten. Darüber hinaus



solle das Museum ein „Runderlebnis“ oder ein „Gesamtkunstwerk“ sein. Die verschiedenen Räume und Angebote sollen also gut und sinnvoll aufeinander abgestimmt sein.

Das zweite größere Raumkonzept war der „gemeinsame Kreativraum“. Seine Kerneigenschaften sind „gemütlich“ und „aktivierend“. Es sollen dort unterschiedliche Aktivitätsmöglichkeiten angeboten werden (Malen, Basteln), der Raum soll Anstöße für Kreativität sowie für die Erweiterung der eigenen Kenntnisse und Fähigkeiten bieten. Damit eng verbunden war der Wunsch nach Räumen, in denen Menschen ihre eigenen Projekte einbringen können, seien es Flohmärkte, Spielgruppen, Diskussionsgruppen oder anderes. Dabei wurde auch erwähnt, dass der Zugang dazu ohne hohen Eintrittspreis erfolgen solle. Dieser „gemeinsame Kreativraum“ knüpfte also auch stark an den zweiten Tisch zum Thema Vielstimmigkeit und Partizipation an. Ein sehr interessanter Beitrag, der zwischenmenschliche Kernbedürfnisse anspricht, war die Idee einen „Freundschaftsraum“ zu schaffen. Freundschaften würden – anders als Familien oder organisierte Gruppen – in der Regel nicht ausdrücklich von kulturellen Angeboten angesprochen, hielten aber häufig länger als Beziehungen und nähmen dadurch im Leben der Menschen einen zentralen Platz ein. An einen ähnlichen Punkt knüpft ein weiterer Aspekt des „Willkommenseins“ an. Das Museum solle nicht nur ein Aufenthaltsort sein, sondern auch eine „Heimat“ für „Fremde“, also beispielsweise Zugezogene ohne feste Wurzeln vor Ort.



Wichtig war der Gruppe, entspannende Räume neben oder zwischen den Ausstellungsbereichen einzurichten. Diese sollen hochwertig ausgestattet sein, vielleicht der Entspannung zuträglich Elemente (wie leichte Pianomusik) beinhalten und die Möglichkeit zum Essen und Trinken zwischen verschiedenen Ausstellungsphasen bieten. „Leckeres Essen“ war ein wichtiger Punkt, der in der Gruppe immer wieder zur Sprache kam. Der Museumsbesuch solle Räume zum Essen beinhalten, ganz gleich, ob bestelltes, selbst mitgebrachtes oder gegebenenfalls sogar vor Ort zubereitetes Essen. Die Gruppe konnte sich das Essen und Trinken auch in den Ausstellungssälen vorstellen.

Mehrere Bilder auf dem Brown Paper beschäftigten sich mit Familien. Eine Löwin mit ihren Jungen sowie ein Vater mit seinen Kindern stehen sinnbildlich für diesen Themenkomplex. Die familienorientierten Räume sollten schön und angenehm sein, sie sollten Safe Spaces sein und ausreichende und einladende Still- und Wickelmöglichkeiten (für alle Geschlechter) beinhalten. Mit dem Thema Wickelplätze hängt auch die WC-Situation zusammen. Hier wünschte sich die Gruppe saubere WCs in ausreichender Anzahl, die für alle barrierefrei sind.

Ein Grundbedürfnis der Gruppe war erneut der Wunsch nach einer übersichtlichen Raumgestaltung mit klaren Wegen. Wie auch in der zweiten Gruppe wurde die Barrierearmut angesprochen, die grundsätzliche Beachtung erfordere, beispielsweise was die Themen „Raum“ oder „Licht“ anbelangt. Schließlich war es bei allem Fokus auf alternative Raumnutzung der Gruppe ein Anliegen, die Kernaufgaben nicht unter den Tisch fallen zu lassen. Man wünschte sich hochkarätige Exponate in guten Ausstellungen und sah den Bildungsauftrag als essenziell an – der Begriff des Lernens fiel mehrfach. Interessant ist aber, dass die Wissensaneignung aus Sicht der Besuchenden formuliert wurde und nicht so sehr das „Vermitteln“ von Seiten des Museums. Die Gruppe sah also die Besucher*innen als aktiven Part.

Ein Randthema war die räumliche Verbindung von „Innen und Außen“ über die Terrasse. Sie solle nutzbar und zugänglich sein und gerne auch mit außergewöhnlicheren Ideen versehen werden.

Fazit

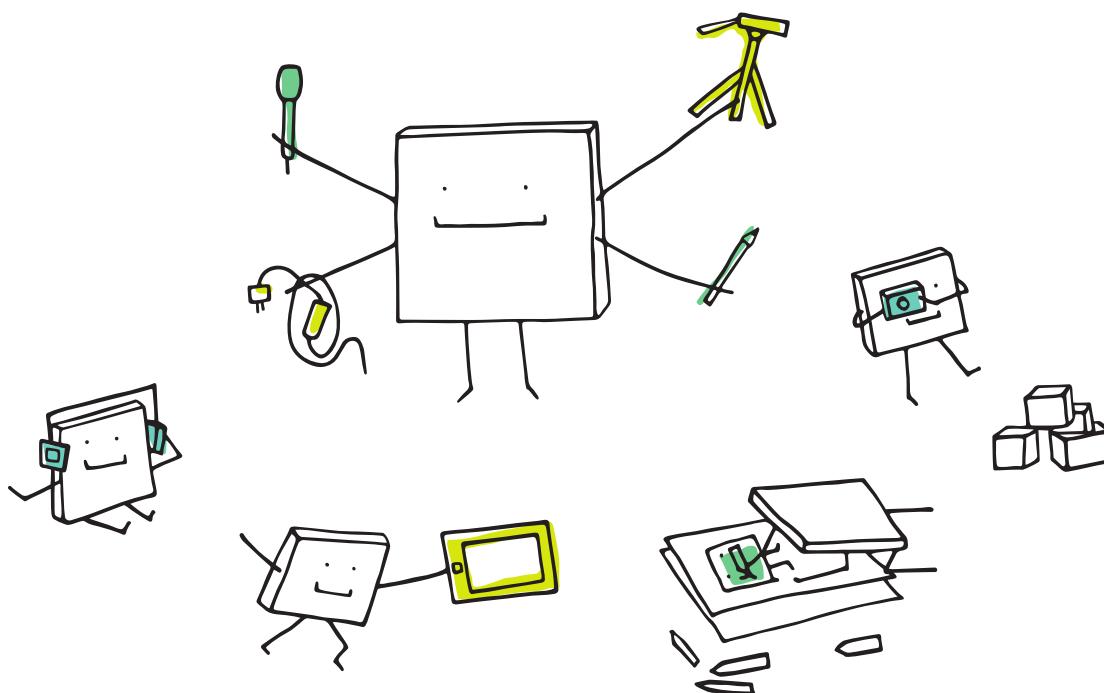
Der Workshop zum Thema „Was kann mein Museum noch sein?“ zeigte viele verschiedene Linien auf, die sich gut in wenigen Schlagworten zusammenfassen lassen.

Ein ganz zentraler Aspekt, an den sehr viele der Vorschläge des Workshops andocken, ist „Raus aus dem Alltag“. Besucher*innen möchten etwas anderes als sonst erleben, sie möchten in andere Welten abtauchen, sie möchten „Spaß“ und „Zauber“ erleben. Die Anregung der Fantasie durch attraktive, relevante Ausstellungen, einladende Räume und überraschende, auch multiperspektivische Angebote, ist ein wichtiger Weg, um dieses Erlebnis zu erreichen. Ein anderer ist die Einbeziehung aller Sinne in das Museumserlebnis. Schließlich möchten die Teilnehmenden aktiviert werden und kreativ tätig werden. Das Museum soll als in sich stimmiges „Gesamtkunstwerk“ das Eintauchen ermöglichen.

Dieses Heraustreten aus dem Alltag kann nur gelingen, wenn Menschen sich willkommen fühlen. Ihre Bedürfnisse (auch und gerade Grundbedürfnisse) müssen dazu gesehen, respektiert und erfüllt werden. Um sich willkommen fühlen zu können, ist die Orientierung wichtig. Sowohl im physischen Raum des Museums („Wo ist das WC?“) als auch im Ausstellungsraum („Was kann ich hier wo auf welche Weise erfahren?“) braucht es diese Orientierung für ein gelungenes Museumserlebnis.

Der durch den Aspekt „Museum von allen für alle“ entwickelte Wunsch ist derjenige nach Multiperspektivität in einer bunten, diversen Gesellschaft. Das bedingt eine größere Flexibilität in Inhalten und Formaten, was eine große Herausforderung für die Museen der Zukunft darstellt. Die Teilnehmenden sprachen sich für eine verstetigte Partizipation aus, um im Dialog mit unterschiedlichsten gesellschaftlichen Gruppen am Puls der Zeit bleiben zu können.

Am Ende des Workshops kamen die Teilnehmenden mit den Mitarbeitenden des Museums überein, dass die Kernaufgaben des Museums nicht zu vernachlässigen sind.





Workshop 3

Das Museum als Wohlfühlort

Museen haben als Orte der Bildung, Inspiration, Freizeitgestaltung und sozialer Interaktion vielfältige Aufgaben und eine umfassende Verantwortung. Eine wichtige Rolle spielt dabei das Museum als Wohlfühlort. Denn wo man sich wohlfühlt, hält man sich gerne auf, nimmt mehr wahr – und kommt mit größerer Wahrscheinlichkeit auch wieder. Daher ist die Aufenthaltsqualität die Grundlage für angenehme Erlebnisse und eine zeitgemäße Wissensvermittlung. Nur ein als komfortabel und einladend empfundenen Museum kann seine Funktion als bereichernder und akzeptierter Lern- und Erlebnisort voll entfalten.

Methode & Ablauf



Ivana Scharf ist Gründerin und geschäftsführende Partnerin von „create encounter“. Als Business Coach, EMDR Coach und Systemaufstellerin begleitet sie Veränderungsprozesse in Organisationen und in 1:1-Settings. Sie ist spezialisiert auf individuelle und organisationale Traumata. Sie hat diversitätssensible Transformationsprozesse in Museen initiiert und als Strategieberaterin für Outreach begleitet. Sie war in leitender Position für das Jüdische Museum Berlin und die Stiftung Mercator sowie in der öffentlichen Verwaltung tätig.

Im Workshop „Das Museum als Wohlfühlort“ widmeten sich die Teilnehmer*innen der Fragestellung „Was wünschen sich Menschen, die zum ersten Mal das Museum besuchen?“. Geleitet wurde der Workshop von Ivana Scharf, Autorin, Speakerin, Business- und Resilienz-Coach. Das Gestalten ist ihr Prinzip: Sie wendete einen Methodenmix aus Design Thinking, Systemischem Coaching und künstlerischen Interventionen an. Mittels der Aufspaltung des Museumsbesuchs in fünf Phasen bzw. Gruppen näherten sich die Workshop-Teilnehmer*innen der Beantwortung der eingangs gestellten Frage. Diese fünf Phasen waren:

- 1) Vor dem Museumsbesuch
- 2) Ankommen im Museum
- 3) Im Museum
- 4) Verlassen des Museums
- 5) Nach dem Museumsbesuch

Die Gespräche fanden an fünf Tischgruppen statt und wurden durch Tisch-Moderator*innen aus dem Badischen Landesmuseum (Sarah Hoke, Cristina Negele, Denise Rothdiener, Felicitas Schuder und Juliane Zschitschick) unterstützt. Dabei wurden Gedanken und persönliche Empfindungen der Teilnehmenden gesammelt, eingeordnet, diskutiert und auf Post-its festgehalten. Die Ergebnisse dieser Diskussionen wurden am Ende des Workshops durch die Tisch-Moderator*innen reflektiert und präsentiert.

Im Folgenden werden die Herausforderungen und Empfehlungen zur Verbesserung des Besuchserlebnis aus den Ergebnissen, die die Workshop-Teilnehmer*innen erarbeitet haben, zusammengefasst. Für eine bessere Lesbarkeit wurden die einzelnen Phasen in die Kategorien „Bauliche Rahmenbedingungen“ und „Museumsbetrieb“ aufgeteilt.

1. Vor dem Museumsbesuch

Bauliche Rahmenbedingungen

Die physische Zugänglichkeit des Badischen Landesmuseums stellte sich als zentrales Thema heraus. Das verdeutlicht bereits der Umstand, dass es nicht allgemein bekannt ist, dass das Badische Landesmuseum im Schloss Karlsruhe verortet ist. Wie aber soll ein Museum gefunden werden, von dessen Existenz man nichts weiß? Diese Kritik resultierte in dem Wunsch nach einer auffälligeren und barrierearmen Wegleitung zum Schloss.

Die Verknüpfung von Schloss und Schlossgarten mittels eines Durchgangs wurde als große Chance gesehen, potenzielle Besucher*innen und vor allem Nicht-Besucher*innen zu erreichen. Damit wäre das Schloss nicht länger „im Weg“, sondern ein passanter Teil der Freizeitgestaltung. Der Schlossgarten ist nämlich bereits ein in der Stadtgesellschaft fest verankerter und beliebter Freizeitort. Abgerundet werden könnte das Ganze durch einen Museumskiosk mit Kaltgetränken. Zusätzlich wurde die Idee einer öffentlich zugänglichen Toilettenanlage positiv bewertet.

Museumsbetrieb

Das Interesse an einem Museumsbesuch wird maßgeblich durch ansprechende Werbemaßnahmen beeinflusst. Die bisherigen und aktuellen Werbekampagnen wie Flyer, Plakate und Social-Media-Posts sprachen einige Workshop-Teilnehmer*innen jedoch nicht ausreichend an, um in einem Besuch zu münden. Die Werbung wurde als unnahbar und zu abstrakt empfunden: Es kamen Fragen auf wie „Was hat das mit mir zu tun?“ oder „Warum sollte ich meine Freizeit hier verbringen?“.

Den grundsätzlich museumsaffinen Teilnehmer*innen fehlte es an Berührungspunkten mit dem Badischen Landesmuseum und den Ausstellungsinhalten. Bei zwei Teilnehmerinnen verfiel die Werbung gar nicht. Sie waren im Zuge des Workshops das erste Mal im Badischen Landesmuseum.

Die Bewerbung der 80er-Ausstellung in der Stadt wurde hingegen als sichtbare „direkte und alltägliche Konfrontation“ positiv bewertet. Dennoch wurde der Wunsch nach einer niederschweligen und spielerischen Werbung laut, die verschiedene Zielgruppen anspricht und repräsentiert. Neben der Einbindung ins Stadtbild konnten sich die Teilnehmenden auch beispielsweise ein aktives Werben auf Wochen- oder Flohmärkten vorstellen. Mittels kleiner Werbeatikel wie Sticker, Bleistifte oder der Vermittlung von Fun Facts entstehe der „moment of joy“. Werbung, die „auf mich zukommt“, lasse das Gefühl entstehen, „das Museum interessiert sich für mich“.

Auch Online-Führungen und Ausstellungseinblicke in Form von Previews wurden als nützliche Mittel angesehen, um potenzielle Besucher*innen neugierig zu machen und erste Eindrücke zu vermitteln.

Verbesserungspotenziale

- Bessere Zugänglichkeit und erhöhtes Standortbewusstsein
 - Verbindung von Schloss und Schlosspark durch offene Türen
 - Öffentlich zugängliche Toiletten und ein Museumskiosk
 - Zielgruppenspezifische, spielerische und präsenste Werbemaßnahmen
 - Online-Führungen und Ausstellungs previews
 - Nutzung des Schlosses als Eventlocation
-

Museums-Kiosk (Wagen)
falls das Bier / die Limo
mal ausgeht im Park

"Das ist was für
Leute wie mich"

- ich fühle mich von
offener Tür eingeladen

- wo stelle ich den
Kinderwagen ab?

2. Ankommen im Museum

Bauliche Rahmenbedingungen

Der Eingangsbereich eines Museums ist die erste physische Begegnung der Besucher*innen mit dem Museum und kann die Stimmung des gesamten Besuches beeinflussen. Eine intuitive Wegeführung im Empfangsbereich wurde als dringend erforderlich benannt, ebenso wie die Senkung der Barrieren. Maßnahmen wie Piktogramme, Bodenmarkierungen und Lagepläne könnten Besucher*innen das Zurechtfinden erheblich erleichtern.

Zudem wurde die laute Geräuschkulisse im Eingangsbereich und das fehlende Sicherheitsgefühl im unteren Schließfach-Bereich als störend empfunden. Diese Aspekte verdeutlichen die Notwendigkeit, den Eingangsbereich so zu gestalten, dass eine angenehme und sichere Atmosphäre entsteht.

Sitzmöglichkeiten, Still- und Wickelräume sowie leicht zugängliche Toiletten wurden als essenziell angesehen, um das Museum zu einem Wohlfühlort zu machen. Daran anzuschließen ist, dass bereits das Foyer sowie die Toilettenanlage und Schließfächer im Untergeschoss mit Rollstuhl, Gehhilfe oder auch Kinderwagen nicht erreichbar sind. Für letztere gibt es außerdem keinen adäquaten Abstellplatz.

Museumsbetrieb

Einige Teilnehmer*innen fühlten sich bei früheren Besuchen im Badischen Landesmuseum nicht willkommen, was auf das als unfreundlich empfundene Kassenpersonal und das komplizierte Ticketing zurückzuführen war. Ein transparentes und verständliches Ticketing-System, das die verschiedenen Optionen klar auffächert, wurde als wichtig erachtet. Zusätzlich wurden kurze Ausstellungs-Teaser als attraktive Möglichkeit genannt, um den Entscheidungsprozess für oder gegen eine Ausstellung zu erleichtern. Die derzeitige Platzierung der Bildschirme, auf denen diese Informationen angezeigt werden, wurde als ungünstig empfunden.

Verbesserungspotenziale

- Intuitive und inklusive Wegeführung
 - Schalldämmung
 - Barrierearme Zugänglichkeit aller Bereiche
 - Sitz- und Verweilmöglichkeiten
 - Einladender Eingangsbereich mit offenen Türen
 - Ausstellungsteaser im Foyerbereich
 - Transparentes und klares Ticketing
 - Freundlichkeit und Zugewandtheit des Personals
-

3. Im Museum

Bauliche Rahmenbedingungen

Bekannte Mängel wie die nahezu überall vorhandenen Barrieren, insbesondere der Mangel an barrierearmen Zugängen zu den einzelnen Ausstellungsräumen, Schließfächern und Toiletten, wurden als ernsthafte Herausforderungen benannt. Im Bereich der Ausstellungen sorgt der Ausfall des einzigen vorhandenen Aufzugs immer wieder für Probleme. Diese Defizite erschweren vielen Besucher*innen den Zugang und das Erleben des Museums.

Die unangenehme Lichtstimmung, das ungemütliche und schwankende Raumklima und gelegentlich auftretende Gerüche wurden ebenfalls als Faktoren genannt, die die Aufenthaltsqualität im Museum stark beeinträchtigen. Neben dem Bedürfnis nach Frischluft trat auch der Wunsch auf, einen Blick in den Ehrenhof oder den Park werfen zu können. Davon wurde sich auch eine bessere Orientierung im Haus versprochen.

Museumsbetrieb

Innerhalb des Museums stellt die Orientierung eine doppelte Herausforderung dar. Die Teilnehmer*innen hatten Schwierigkeiten, sich sowohl räumlich als auch inhaltlich zurechtzufinden. Die umfangreiche Schausammlung und die unzureichende Struktur bzw. der sich nicht erschließende rote Faden führten zu Überforderung und Frustration. Das schlug sich stark im Bereich zwischen *Thronsaal* und *Antike* nieder. Nachdem der erste „Schock“ bezüglich des gar nicht so herrschaftlichen Innenlebens des Schlosses überwunden war, verunsicherte der abrupte Themenwechsel und evozierte mitunter das Gefühl, etwas falsch gemacht zu haben und weiterhin falsch machen zu können. Für Irritation sorgte außerdem die fehlende sichtbare bzw. nicht auffindbare Auseinandersetzung mit der Geschichte des 20. Jahrhunderts und der bis auf die Außenwände abgebrannten Schlossruine.

Darüber hinaus wurde der Wunsch nach themenspezifischen Routen laut, die es den Besucher*innen gestattet, ihren Rundgang nach persönlichen Interessen oder Gemütsverfassungen zu gestalten. Eine Mischung aus digitalen und analogen Medien wurde als sinnvoll erachtet, um verschiedene Zielgruppen anzusprechen, wobei die Wählbarkeit dieser Optionen betont wurde: Auch ein bewusster Verzicht auf digitale Medien sollte möglich sein (Digital Detox). Letzteres kann als intergenerationales Bedürfnis der Teilnehmer*innen verstanden werden.

Weitere gestalterische Mängel betreffen die mangelnde Verfügbarkeit von Informationen in Fremdsprachen und die zu kleine Schriftgröße bei Beschilderungen und Ausstellungsbeschreibungen, was die Zugänglichkeit für internationale Besucher*innen und Personen mit Sehbehinderungen stark einschränkt.

Verbesserungspotenziale

- Barrierearme Ausstellungsbereiche
 - Verbesserung des Raumklimas
 - Blick nach draußen
 - Klare räumliche und inhaltliche Orientierung
 - Thematische Routen und flexible Mediennutzung
 - Auseinandersetzung mit der Geschichte des 20. Jahrhunderts
-

statt der leeren Wände
Plakate, die die Aus-
stellungsteile spannend
darstellen (Highlights, Szenen,
besondere Ausstellungsstücke)

4. Verlassen des Museums

Bauliche Rahmenbedingungen

Ein angenehmes Erlebnis beim Verlassen des Museums ist ebenso wichtig wie der Empfang. Für den Ausgangsbereich gelten (wie beim Eingang) die angeführten atmosphärischen Mankos. Unisono wurde der Abschied als weniger zufriedenstellend beschrieben, wodurch der Museumsbesuch nicht optimal abgerundet wurde. Viele Teilnehmer*innen hatten keine Kenntnis von der Existenz der Gastronomie aufgrund mangelnder Kennzeichnung und unklarer Lage. Hauptkritikpunkt war die schlechte Integration der Gastronomie, insbesondere durch das Fehlen eines Verbindungsgangs.

Museumsbetrieb

Der Abschluss des Museumsbesuchs wurde von den Teilnehmer*innen als unbefriedigend empfunden. Eine besser integrierte Gastronomie und ein ansprechender Shop wurden als wichtige Elemente angesehen, um den Besuch positiv abzurunden und ein angenehmes Erlebnis zu schaffen. Der Museumsshop wurde als enttäuschend wahrgenommen, da weder Einrichtung noch Sortiment den ästhetischen und qualitativen Ansprüchen genügte.

In der Verbindung von Shop und Gastronomie wurde Potenzial gesehen, nicht nur den Erlebnisort Museum gebührend nachschwingen zu lassen, sondern auch um Nachbereitungsmöglichkeiten in Anspruch zu nehmen, Feedback zu geben und über das aktuelle sowie anstehende Museumsprogramm informiert zu werden. Der Verweilort Café gibt die Chance, das Schloss und somit das Museum als Verbindungspunkt in den Schlossgarten zu öffnen. Besucher*innen wie Nicht-Besucher*innen könnte hier ein niederschwelliger Anknüpfungspunkt für erste oder weitere Besuche präsentiert werden. Nachhaltige, qualitativ hochwertige Speisen sowie regionale Produkte wurden als zeitgemäßes, abgerundetes Angebot betrachtet.



Verbesserungspotenziale

- Besser integrierte, nachhaltige(re) Gastronomie
 - Qualitativ hochwertige und thematisch passende Shop-Artikel
 - Gemütlicher Aufenthaltsbereich als Verbindungspunkt zum Schlosspark
 - Café als Informations- und Interaktionsort
-

Ich bin dankbar für
das Erlebnis und
behalte das Schloss/
Museum in guter Erinnerung

5. Nach dem Museumsbesuch

Bauliche Rahmenbedingungen

Um den Besucher*innen eine einfache Rückmeldung zu ermöglichen, sollten auffällige Hinweise auf Feedback-Optionen im Ausgangsbereich wie interaktive Stelen oder QR-Codes auf Tickets angebracht werden. Solche Maßnahmen würden nicht nur die Einholung von Feedback erleichtern, sondern auch das Gefühl verstärken, dass die persönliche Meinung für das Museum relevant ist und wertgeschätzt wird. Die aktuellen Feedback-Karten wurden größtenteils übersehen.

Museumsbetrieb

Eine transparente und ansprechende Website mit klaren Informationen zu den Ausstellungen und Angeboten ist ebenfalls wichtig. Die Website des Museums wurde als überladen und ähnlich labyrinthisch wie die Ausstellungen beschrieben. Ein klar strukturierter Web-Auftritt ist entscheidend, um potenzielle Besucher*innen bereits vor ihrem Museumsbesuch zu informieren und letztlich zu einem Besuch im Badischen Landesmuseum zu motivieren. Erwähnenswert ist, dass an dieser Stelle die Teilnehmenden den Wunsch nach diversen Ausstellungserlebnissen äußerten – die allesamt bereits Teil des Repertoires sind. Deren Vorhandensein entzog sich der Kenntnis der Teilnehmenden unter anderem deshalb, da die Verschlagwortung nicht bekannt war oder das Angebot innerhalb der Website versandete. Geäußert wurde auch der Wunsch, besser über einzelne Veranstaltungen wie Finissagen informiert zu werden und dabei etwas über den Erfolg einzelner Ausstellungen, deren Kosten und die konkreten Besucher*innen-Zahlen zu erfahren. Des Weiteren wurde gewünscht, einen Blick hinter die Kulissen zu erhaschen und den Museumsapparat als solchen kennenzulernen.

Eine klare Kommunikation, ob man nun fotografieren dürfe oder nicht, insbesondere bezüglich des Teilens von Inhalten auf Social Media, wurde als notwendig erachtet. Um Unsicherheiten bezüglich der Fotografie-Regelungen und dem Teilen von Inhalten vorzubeugen, brauche es eine klarere Kommunikation der Regeln im Haus. Gepostete Erinnerungen in den Sozialen Medien könnten auch als Teil des viralen Marketings genutzt werden und die Sichtbarkeit des Hauses unterstützen.

Darüber hinaus wurde der Wunsch nach Möglichkeiten zur Nachbereitung des Museumsbesuchs geäußert. DIY-Online-Kataloge oder „Show Notes“ wie im Podcast-Kontext könnten als nützliche Tools dienen, um das Erlebte zu reflektieren, die Ausstellungsinhalte zu vertiefen und weiterführende Informationen zu erhalten.

Verbesserungspotenziale

- Auffällige Hinweise auf Feedback-Optionen (z. B. QR-Codes)
 - Klarer und transparenter Webauftritt
 - Einblicke in den Museumsbetrieb
 - Klare Kommunikation über das Teilen von Erinnerungen
 - DIY-Online-Kataloge und Show Notes zum Nachschlagen
-



Fazit

Unterm Strich lässt sich festhalten, dass die Optimierung des Museumsbesuchs eine umfassende Betrachtung erfordert – von der ersten Wahrnehmung des Museums bis hin zur Nachbereitung. Besonders in Bezug auf die Barrierearmut besteht in allen Phasen Handlungsbedarf, sowohl im gestalterischen als auch im baulichen Bereich. Die Teilnehmenden waren bereits überrascht von den baulichen Hürden bezüglich der Unzugänglichkeit und der Begehrbarkeit einzelner Bereiche wie dem Foyer oder dem Turm sowie von der unzureichenden Beschilderung bis hin zum kaum vorhandenen Wegeleitsystem.

Hartnäckig zog sich der Wunsch nach einem Orientierungssystem zum Schloss und innerhalb des Museums durch. Viele der Teilnehmer*innen fühlten sich nicht ausreichend „an die Hand genommen“ und hätten sich neben einer intuitiven Wegeführung auch eine thematische Einordnung oder Angabe zur Dauer verschiedener Touren erhofft. Die Angebotsfülle, die „vollgestopften Ausstellungsbereiche“ und die oftmals als unfreundlich empfundene Atmosphäre wirkten sich überfordernd und abschreckend aus. Für einen abschließend positiv behafteten Erinnerungsmoment wurde eine bessere Integration von Gastronomie und Shop sowie das Schaffen von angenehmen Verweilzonen als nötig angesehen.

Seiner Rolle als reine Bildungsinstitution ist das Museum längst entwachsen. Vielmehr steht der Museumsbesuch als Erlebnis im Vordergrund und setzt eine entsprechend angenehme Aufenthaltsatmosphäre voraus. Das emotionale Erleben hat enorme Wirkung und Einfluss auf künftige Besuche bzw. Nicht-Besuche. Durch niederschwellige und sichtbare Werbemaßnahmen, eine einladende und barrierearme Infrastruktur sowie eine klare und ansprechende Informationsvermittlung könnte das Badische Landesmuseum zu einem Dritten Ort für die Stadtgesellschaft werden – mit dem Ziel, möglichst vielen Menschen ein positives und bereicherndes Erlebnis zu bieten. Entscheidend für die Teilnehmenden war, dass das Museum als lebendiger, offener und nahbarer Ort wahrgenommen wird, der aktiv mit seinen Besucher*innen kommuniziert und ihnen Wertschätzung entgegenbringt. Denn wieso sollte man auch sonst die eigene, wertvolle Freizeit hier verbringen?

f
OSS



Workshop 4

Ausstellungs- objekte & ihre Geschichten

Was können Objekte mir erzählen?

Ein Museum bietet weit mehr als das reine Konsumieren von Ausstellungen. Es ist ein begehbare Wissenszentrum und ein Erlebnisraum mit vielfältigen Möglichkeiten, Geschichte und Geschichten zu erzählen. Doch welche Geschichten interessieren die Besucher*innen eigentlich? Welche Ausstellungsstücke der Sammlung faszinieren oder inspirieren? Welchen Fragen sollte im Museum nachgegangen werden und welchen Themen wollen wir als Besucher*innen begegnen? Diese Überlegungen bildeten den Kern des vierten Workshops. Bauliche Dissonanzen standen in diesem Workshop nicht im Fokus und sind in diesem Essay kaum mehr als eine Randbemerkung. Dennoch ist die stark geminderte Aufenthaltsqualität im Badischen Landesmuseum, bedingt durch die hohen Außentemperaturen während der Durchführung des Workshops, für diesen Bericht erwähnenswert.

Methode & Ablauf



Maxie Götze ist Prozess-Strategin, Moderatorin und Kulturvermittlerin. Mit den Bedürfnissen der Menschen stets im Fokus setzt sie sich in ihrer Arbeit für eine offene und lebendige Kulturlandschaft ein. Sie realisiert Workshops, moderiert dialogische Formate für Konferenzen, berät Institutionen zur internen Zusammenarbeit und begleitet Prozesse, die auf Partizipation und Beteiligung ausgerichtet sind.

Der Workshop „Ausstellungsobjekte & ihre Geschichten – Was können Objekte mir erzählen?“ sollte den Teilnehmenden eine tiefere, interaktive Erfahrung mit den Exponaten des Badischen Landesmuseums ermöglichen. Die Workshop-Leiterin Maxie Götze gliederte die verschiedenen Phasen wie folgt:

- Flanieren und Inspirieren
- Flanieren und Vertiefen
- Ideen-Entwicklung und Umsetzung
- Präsentation und Reflexion

Begleitet wurden die Teilnehmenden durch ein Team vom Badischen Landesmuseum (Katarina Horst, Cristina Negele, Jannis Nickel und Christiaan Veldman). Gemeinsam begaben sie sich auf eine Erkundungstour durch das Museum und vertieften speziell den Bereich *Mittelalter*. Dabei wurden Objekte betrachtet, hinterfragt und zum Sprechen gebracht. Spielerische Methoden, persönliche Erfahrungswerte und der Austausch untereinander halfen, neue Perspektiven auf die Ausstellungsstücke zu gewinnen. Das Motto „einfach Machen“ zog sich durch den gesamten Workshop und ermutigte die Gruppe, aktiv zu werden und ihre Kreativität auszuleben.

Der Workshop

Flanieren & Inspirieren

Maxie Götze schuf von Beginn an eine offene Atmosphäre, in der sich die Teilnehmenden frei bewegen und äußern konnten. Mit niederschwelligen Fragen im Format eines Speed-Datings initiierte sie einen direkten Austausch. Bei der Aufgabenstellung „Wenn ich ein Objekt in einem Museum wäre, dann wäre ich ...“ reichten die Antworten von einer antiken Vase und Schmuckstücken über Werkzeug bis hin zu einem impressionistischen Gemälde. Wünsche, Selbstwahrnehmungen, emotionale Zugänge und persönliche Vorkenntnisse waren für die jeweilige Objektwahl der Teilnehmenden ausschlaggebend.

Nachdem das Eis gebrochen war, erhielten alle Teilnehmenden Karten mit weiteren aktivierenden Fragen. Die Aktionskarten sollten während des Streifzuges durch die *Mittelalter*-Ausstellung an einer passenden Stelle platziert und fotografiert werden – und bildeten somit wichtige Ausgangspunkte des Workshops.

Diese Methode förderte eine persönliche Entdeckungsreise, bei der die Teilnehmenden ihre Aufmerksamkeit bewusst auf bestimmte Exponate, Raumeindrücke und das eigene Erleben richteten.

Im Anschluss wurden die mitunter amüsanten Ideen vorgestellt, wie die Assoziation des Lieds *These boots are made for walking* von Nancy Sinatra mit einem mittelalterlichen Schuh. Es wurden aber auch emotionale Verbindungen zu den Objekten hergestellt. Ein Ritter-Epitaph rief etwa bei einem Teilnehmer die traumatische Erinnerung an die kulturelle Zerstörung der Buddha-Statuen von Bamiyan wach.

Flanieren & Vertiefen

Nachdem alle ein Foto mit ihrer jeweiligen Geschichte verknüpft hatten, entschieden sich die Teilnehmenden aus der Vielzahl der Bilder demokratisch für fünf Exponate. Auf dieser Basis bildeten sich fünf Gruppen à vier Personen. An diesem Punkt kam das Magische Ding ins Spiel. Das Magische Ding ist ein fiktives Werkzeug aus der Zukunft, das alles kann, was die Gruppe braucht oder sich wünscht. Gemeinsam wurde überlegt, wie das Tool eingesetzt oder welche Sinne angesprochen werden könnten, um das Objekt noch erlebbarer zu machen. Diesem Workshop-Teil lag die Frage zugrunde „Was würde ich eigentlich wollen, wenn alles möglich wäre?“ Gerüstet mit diesem allmächtigen Werkzeug begaben sich die Gruppen in die Ausstellung zu den ausgewählten Objekten. Mit Hilfe eines Beobachtungsbogens wurden erste Ideen festgehalten und weiterentwickelt.

Ideen-Entwicklung & Umsetzung

Bei der Ideen-Entwicklung wurden spannende Herangehensweisen herausgefiltert und kreative Ansätze diskutiert. In einem gemeinsamen Brainstorming entstanden zahlreiche Konzepte zur lebendigeren und ansprechenderen Präsentation von Ausstellungsinhalten. Diese Phase zeigte einerseits, wie vielfältig die Interpretationen und Bedarfe sind, andererseits aber auch, wie ähnlich die Wünsche nach erzählerischen Vermittlungsformaten sind.

Die kreative Arbeit setzte sich im Gestaltungsprozess des „einfach Machens“ fort: Hier begannen die Teilnehmenden, ihre Ideen zu konkretisieren und es wurde „mit den Händen gedacht“ – durch Visualisieren und Modellieren mit verschiedenen Materialien nahmen die Ideen Gestalt an. Das handwerkliche Herantasten unterstützte die Teilnehmer*innen darin, ihre Visionen zu veranschaulichen und komplexe Konzepte in einfache, verständliche Modelle zu überführen.





Klappaltärchen, Silber, vergoldet, graviert, deutsch, 1470–80



Vorstellung der fünf Objekte & Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

1. Hologramm

Das Klappaltärchen, ein kleines, kunstvoll gefertigtes Objekt für private Andachten, das als Amulett getragen werden konnte, fristet in der Ausstellung ein unscheinbares Dasein. Wegen seiner geringen Größe und der unauffälligen Platzierung in einer überfüllten Vitrine wird es leicht übersehen. Die knappen Informationen auf dem Objektschild geben keine Auskunft über die tiefere Bedeutung und den historischen Kontext. Mit einem Hologramm, so die Idee der Teilnehmenden, könnte man eine tiefgreifende Auseinandersetzung mit dem Reisealtar ermöglichen und die Themen Religion, Mobilität und Alltag anschaulich darstellen.

Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

Die Teilnehmer*innen des Workshops sahen hier in einer technologischen Unterstützung das Potenzial, das Altärchen besser zu präsentieren. Ein Hologramm oder eine 360-Grad-Projektion könnte nicht nur die Details sichtbar machen, sondern auch einen Perspektivwechsel ermöglichen, der das Objekt von allen Seiten zeigt.

Die Integration einer fiktiven, historisierenden Geschichte, die eine Reise ins Mittelalter ermöglicht, war eine weitere der aufgezeigten Möglichkeiten. Diese Hintergrunderzählung könnte den kulturhistorischen Kontext des Altars verdeutlichen und damit ein besseres Verständnis für dessen historische und alltagsbezogene Bedeutung vermitteln.

Interaktive Elemente wie eine virtuelle Lupe oder die Möglichkeit, ein eigenes Altärchen nach historischen Vorbildern digital zu gestalten, könnten das Erlebnis zusätzlich bereichern.

Verbesserungspotenziale

- Entzerrte Präsentation
- Zoom-Funktion zur detaillierten Betrachtung
- Perspektivwechsel durch 360-Grad-Ansicht oder virtuelle Zeitreise („durch die Augen eines Zeitgenossen schauen“)
- Interaktionstools im digitalen und analogen Bereich
- Spotlights setzen, um Highlights hervorzuheben



Modell der Burg Hohenbaden,
Nikolas Knauer und Marco Keller 2006, Holz



2. Mikrokosmos Burg

Das Modell der Burg Hohenbaden zeigt eine Rekonstruktion des mittelalterlichen Bauwerks. Innerhalb der Ausstellung ist das Modell gut sichtbar präsentiert. Die im Workshop entwickelte Idee eines „Mikrokosmos Burg“ will die mittelalterliche Lebenswelt auf dem Burghof lebendig darstellen und durch interaktive, immersive und multisensorische Elemente erfahrbar machen.

Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

Um das Modell der Burg Hohenbaden eindrucksvoller zu inszenieren, wurde eine immersive Darstellung des Lebens auf der Burg vorgeschlagen. Insbesondere die „kleinen Leute“ und deren Alltagsleben waren dabei von Interesse. Interviews mit Zeitgenoss*innen oder fiktive Tagebücher von historischen Randfiguren (wie beispielsweise der Küchenmagd oder des Hofnarrs) könnten die analoge Ausstellung um digitale Tools bereichern und verlebendigen.

Sinnliche Eindrücke wie Geräuschkulissen, Gerüche aus der Küche oder das Ertasten von Alltagsgegenständen könnten den Besucher*innen helfen, die Lebensrealität auf der Burg greifbarer zu machen. Haptische Erlebnisse, beispielsweise das Gewicht einer Rüstung oder die raue Struktur eines Magdkittels, wurden als bereichernd empfunden. Auch in mittelalterlich ausgerichteten Kochkursen oder Rezepten zum selbst Ausprobieren sah man großes Potenzial.

Verbesserungspotenziale

- Alltagsbezug als Anknüpfungspunkt
 - Sinnliches Erleben (Geräusche, Gerüche, Haptik)
 - Verbindung von Theorie und Praxis durch aktivierende Veranstaltungen (Kochkurse)
 - Interaktionstools im digitalen und analogen Bereich
 - Einsatz von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR): um auch „hinter verschlossene Türen“ schauen zu können
-



Werkzeug eines Glasmalers, 19. Jahrhundert, aus dem Atelier Großkopf, Karlsruhe, Stephanienstraße 84



3. Alles absolut anders

Das Glasmalerwerkzeug bleibt für Laien oft unverständlich. Durch die Präsentation in einer Vitrine mit mehreren Objekten sowie das Fehlen von Einzelbezeichnungen bleibt seine Funktion unerschlossen. Eine gleichzeitige Darstellung moderner Werkzeuge könnte die Entwicklungslinien aufzeigen. „Alles absolut anders“ setzte dabei auf eine Erkundung bereits vor dem Museumsbesuch.

Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

Das im Kreativprozess entstandene Modell verdeutlicht, dass es viele verschiedene Wege zum Ziel gibt. Die Teilnehmer sahen das Wecken von Interesse als ausschlaggebend für einen erfolgreichen Museumsbesuch an. Ein Appetithäppchen, „das einem das Wasser im Mund zusammenlaufen lässt“, symbolisiert durch eine Bratwurst, sollte den kreativen Prozess in Gang setzen.

Die Workshop-Teilnehmer*innen betonten den Bedarf, Museumsbesuche besser vor- und nachbereiten zu können. Ziel sollte es nicht nur sein, eine intensive Auseinandersetzung mit bestimmten Objektgruppen oder Themen zu ermöglichen, sondern diese auch in den heutigen Kontext einzubetten. Eine themenspezifische Recherche und verschiedene Touren im Museum wurden als hilfreich erachtet, um sich gezielt mit den Wunschinhalten auseinanderzusetzen. Besonders geschätzt wurde die Möglichkeit, sich auch von zuhause aus mithilfe einer Datenbank in Themen einzuarbeiten, um später gezielt vor Ort (und somit vor den Originalen) oder virtuell Touren zu erleben.

Die *Expothek*, von den Teilnehmern „Schatzkammer“ genannt, bietet den Besucher*innen die Möglichkeit zum direkten Erleben und sogar zur Interaktion mit den Originalen. Das wurde als einzigartige museale Erlebnisform hervorgehoben. Gleichzeitig wurde der Wunsch nach einer auffälligeren Präsentation mit klaren Handlungsanweisungen geäußert, „um nicht vor verschlossenen Schubladen zu stehen“. Die Idee der *Expothek* sollte nach Wunsch der Teilnehmenden auch im zukünftigen Museum fortbestehen. Sie sollte allerdings mit der Möglichkeit der

Interaktion mit Originalen aus der ganzen Sammlung verbunden sein. Die betreffenden Exponate sollten in der Ausstellung klar gekennzeichnet sein: „Mich kann man in der Schatzkammer anfassen.“ Handlungsorientierte Angebote z. B. zur experimentellen Archäologie oder andere Herangehensweisen könnten beispielsweise in historische Handwerkstechniken einführen.

Verbesserungspotenziale

- Ausgearbeitete Datenbank zur Vor- oder Nachbereitung
- Thematisch fokussierte Touren mit wählbaren Schwerpunkten
- Interaktion mit Originalen (nach Vorbild der *Expothek*)
- Experimentelles Erleben durch Kurse und interaktive Stationen
- Entwicklungsgeschichte von Objekten darstellen, Verbindung zur Gegenwart



Trinkhorn, deutsch, 1. Hälfte 15. Jahrhundert,
Wisent-Horn, Fassung Kupfer vergoldet



4. Horn mit vielen Möglichkeiten

Das Trinkhorn, ein prunkvolles und sagenumwobenes Objekt, das als sogenannte Greifenklaue angeblich Gift unschädlich machen konnte, weckte bei den Teilnehmenden das Interesse an seinen Einzelteilen, der Herstellungsgeschichte und der handwerklichen Finesse. Das „Horn mit vielen Möglichkeiten“, ein multifunktionales Tool für alle Generationen, bot für die Gruppe die Möglichkeit einer Verschmelzung von virtueller und analoger Welt. Es sollte auch unterschiedliche Schwerpunkte für verschiedene Bedürfnisse ermöglichen, wie eine Spur für Kinder, Mehrsprachigkeit und den Abbau von Barrieren durch Gebärdensprachvideos und einfache Sprache.

Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

Um tiefer in die Beschaffenheit des Objekts einzutauchen, wurde das virtuelle Zerlegen eines digitalen Zwillings angeregt. Aber auch das haptische Erleben, z. B. in Form einer Replik, wurde als packende Vermittlungsform beschrieben, um sich mit Materialität und Gewicht vertraut zu machen. Durch das Zerlegen des Horns in seine Einzelteile könnte der Herstellungsprozess und das handwerkliche Know-How verdeutlicht werden. Wissenswerte Informationen wurden außerdem im „Lebenslauf“ des Objekts gesehen. Dabei kamen Fragen auf wie: Woher stammten die Materialien? Mit welchen Werkzeugen gewann man sie und wie musste man diese bearbeiten? Die angebliche giftbannende Wirkung einer Greifenklaue regte die Neugierde der Teilnehmer*innen an: Glaubte man das wirklich? Oder war das eher eine Urban Legend mit unbekanntem Ursprung?

Die Gruppe schlug vor, dass das Objekt – als eine emotionale Zugangsform – seine eigene Geschichte erzählen könnte. Was hat es erlebt? Wer hat daraus getrunken? Auf welchen Feiern wurde es bereits herumgereicht? Oder war es vielleicht sogar in einen Kriminalfall – Stichwort Gift – verwickelt? Auch die Rolle des Horns als Repräsentant von Suchtmittelkonsum, da daraus sicherlich kein Tee oder Wasser getrunken wurde, oder das Einbinden ehemaliger Besitzer*innen, ob fiktiv oder reell, wäre eine Möglichkeit, den Verwendungskontext zu beleuchten.

Die Teilnehmer*innen verfolgten aber auch den Ansatz des „sprechenden Hutes“, wie bei *Harry Potter*, in dem das Horn durch Fragen in Interaktion mit den Besucher*innen tritt und dadurch Neugierde weckt. Wie der Hut könnte dann das Horn durch gezielte Fragen herausfinden, welche Geschichte oder welche Form des Storytellings zu der befragten Person passt und damit ein personalisiertes Erlebnis schaffen.

Verbesserungspotenziale

- Interaktive Tools zur Erkundung des Objekts
- Zerlegung und Nachbildung (digitaler Zwilling und/oder haptisches Duplikat)
- Herkunftsanalyse und Kontextualisierung (von wem, für wen?)
- Emotionale Zugänge und narrative Elemente
- Perspektivenvielfalt



Pigmente und Farbstoffe



5. Blau Machen

Die Präsentation der Pigmente und Farbstoffe beschränkt sich derzeit auf ein rein visuelles Erleben, begleitet von einem Nachschlagewerk mit dem Charme vergangener Zeiten: Damit ist eine abstrakte Vertiefung in die Thematik nur einer einzigen Person möglich, nicht z. B. einer Gruppe. Die Workshop-Teilnehmer*innen schlugen eine immersive Malerwerkstatt vor.

Einsatzmöglichkeit des Magischen Dings

Ein großer Tisch mit interaktiven Displays und Sitzmöglichkeiten könnte Besucher*innen die Möglichkeit geben, die mittelalterliche Farbherstellung und -verwendung eigenständig zu erkunden. Dabei könnten sie auch die Bedeutung der Farben, deren globalen Kontext (wie die Beschaffung der Materialien) und die damit verbundenen Berufe kennenlernen – Themen, die von den Teilnehmer*innen als besonders spannend empfunden wurden. Neben den unterschiedlichen Verwendungszwecken von Farbe erschien auch die Frage relevant, ob bestimmte Praktiken und Herstellungsweisen bis heute fortbestehen.

Das Einbeziehen von Redewendungen wie „blau machen“ könnte eine Brücke in die Gegenwart schlagen. Ein interaktiver Zeitstrahl, den man selbst hin und her bewegen kann, könnte dabei helfen, die Verbindung zwischen Vergangenheit und Gegenwart zu veranschaulichen.

Die Entstehungsgeschichte eines Tafelgemäldes oder einer Miniatur wurde als spannender Einstieg in die Thematik empfunden. Ergänzt durch eine digitale Staffelei mit Pinsel und Farbpalette böte sich die Chance, ein digitales Bild herzustellen. Begleitet würde man dabei von einer Künstlerpersönlichkeit. Kinder dagegen könnten von einem aus der Buchmalerei entlehnten Tier an die Hand genommen werden, das Tipps und Tricks verrät, wie am besten vorzugehen ist, aber auch vor der Verwendung von zu teuren oder giftigen Farbmitteln warnt. Schubladen mit darin befindlichen Hands-on-Objekten würden das Erlebnis abrunden. Ähnlich könnte auch eine digitale Restaurierungswerkstatt aufgebaut sein.

Verbesserungspotenziale

- Immersives Erleben durch eine interaktive Malerwerkstatt
- Vertiefungsoptionen zur Farbbedeutung und -herstellung (Kontexte in globaler Perspektive, Berufe)
- Zeitstrahl zur zeitlichen Einordnung
- Verbindung zur Gegenwart (und Sprichwörter)

Fazit

Hauptkritikpunkte an der Ausstellung waren die Fülle an Objekten bei gleichzeitig unzureichenden Informationen, die nicht vorhandene Mehrsprachigkeit, die mangelnde Ausrichtung auf unterschiedliche Zielgruppen sowie die fehlende Barrierearmut. Die Teilnehmenden hatten ein großes Interesse an der Auseinandersetzung mit den Ausstellungsinhalten, fühlten sich aber nicht ausreichend angeleitet oder von der Gestaltung angesprochen. Gleichzeitig wurde der Wunsch nach eindeutigen Regieanweisungen geäußert. Dies betrifft insbesondere das intuitivere Erleben von interaktiven Ausstellungsbereichen wie der *Expothek*, aber auch das Hervorheben von Highlight-Objekten, um auf Besonderheiten aufmerksam zu machen. Handwerkliche Techniken, Materialien oder Fundorte erschlossen sich den Laien nicht durchs bloße Anschauen. Die Teilnehmenden wünschten sich daher leicht zugängliche Informationen auf Augenhöhe, in einer adäquaten Schriftgröße sowie eine möglichst barrierearme Wissensvermittlung in verschiedenen Sprachen.

Konsens bestand im Wunsch nach einem Gleichgewicht zwischen analogen und digitalen Ansätzen. Während moderne Technologien faszinierende Möglichkeiten eröffneten, sei es ebenso wichtig, den Zauber des Originals zu bewahren. Die Herausforderung bestehe in einem Museumserlebnis, das sowohl die traditionelle Präsentation von Exponaten fortführe, als auch innovative und digitale Ansätze integriere.

Verstärkt zeichnete sich der Wunsch ab, dass die Teilnehmer*innen gerne aktiviert werden und in Interaktion mit den Objekten treten wollen. Das interaktive Erleben wurde überhaupt als Schlüssel zu einer emotionalen Verbindung zwischen Besucher*innen und Ausstellungstücken angesehen. Einen plastischen Einstieg in die mitunter abstrakte Vergangenheit wurde sich z. B. durch Hands-on-Objekte sowie durch die Kontextualisierung von Vergangenheit und Gegenwart versprochen. Insbesondere die nachvollziehbaren Alltagsbereiche wie Essen und Trinken seien hierfür geeignet.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Rolle der Kurator*innen entscheidend dafür ist, wie tief die Besucher*innen in die Ausstellung eintauchen können. Die Teilnehmenden wünschten sich ein Museum, das sich stetig weiterentwickelt, um den vielfältigen Bedürfnissen und Erwartungen gerecht zu werden. Ein Museum sollte ein lebendiger und interaktiver Raum sein – ein „Zaubergarten“, in dem Geschichte nicht nur betrachtet, sondern auch erlebt und verstanden werden kann, in dem die Vergangenheit aufblüht und in der Gegenwart ihre Früchte trägt.







Masken aus aller Welt

Im alten Tibet besaß jedes Kloster und jeder Tempel den *Gongkhang*. Türen mit der Maske der Gottheit Mahakala schützten den geheimen Tempelzugang, der nur eingeweihten Mönchen vorbehalten war.

In vielen Kulturen seit der Antike finden Masken im religiösen Ritual oder im Theater Verwendung. Sie sind Ausdruck von Projektionen des Menschen in irdachte Rollen, Verkörperung nicht real existierender Menschen, auch Ausdruck kultureller Identität. Fastnachtmasken, Künstlermasken, historische Theater-, Gesellschafts- oder Schandmasken. Die Auswahl zeigt, dass der Maskengebrauch als ein Mittel menschlicher Kommunikation von Repräsentation und Spott bis Schutz reicht.

Masken
Tibet, 19. Jh.
Holz, Leinwand, Eisen
H. 20,5 x B. 15,5 x T. 10,5
Die Masken aus dem Tibetischen Tempel Gongkhang (Gongkhang) sind in der Sammlung des Museums für Ethnologie und Völkerkunde der Universität Wien.
Die Masken sind aus Holz geschnitten und mit Leinwand bemalt. Sie sind mit Eisen beschlagen und haben eine Länge von 20,5 cm, eine Breite von 15,5 cm und eine Tiefe von 10,5 cm.

Masken
Tibet, 19. Jh.
Holz, Leinwand, Eisen
H. 20,5 x B. 15,5 x T. 10,5
Die Masken aus dem Tibetischen Tempel Gongkhang (Gongkhang) sind in der Sammlung des Museums für Ethnologie und Völkerkunde der Universität Wien.
Die Masken sind aus Holz geschnitten und mit Leinwand bemalt. Sie sind mit Eisen beschlagen und haben eine Länge von 20,5 cm, eine Breite von 15,5 cm und eine Tiefe von 10,5 cm.



Workshop 4 Extra

Perspektiven- wechsel im Museum

Wie Objekte Geschichten erzählen können

Obwohl dieser Workshop am Ende der Workshop-Phase stattfand, wird sein Bericht nach Workshop 4 vorgestellt, da er einer ähnlichen Methodik folgt. Erneut näherten sich die Teilnehmenden mit Hilfe des sogenannten Magischen Dings der zentralen Frage „Wie möchte ich Geschichte(n) vermittelt bekommen, wenn alles möglich wäre?“. Der inhaltliche Fokus lag insbesondere auf der Vermittlung und darauf, wie Verbindungen zwischen verschiedenen Zeiten, Orten und Kulturen sichtbar, greif- und erlebbar gemacht werden können. Storytelling, digitale Technologien und Gamification bildeten dabei die Grundlage der Überlegungen für ein lebendiges, interaktives Museumserlebnis.



Harriet Meyer leitet das Referat Digitale Vermittlung. Gemeinsam mit ihrem Team entwickelt sie Projekte und Formate, um die kulturhistorischen Inhalte des Badischen Landesmuseums digital zu vermitteln. Ihr Ziel ist es, den analogen musealen Raum auf kreative und zukunftsorientierte Weise zu erweitern. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Nutzer*innenorientierung, Zugänglichkeit und Vielstimmigkeit.



Cristina Negele leitet seit Mai 2024 das Bürger*innen-Beteiligungsprojekt am Badischen Landesmuseum. Als zentrale Aufgabe des Projekts sieht sie die Möglichkeit, Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven, Hintergründen und Motivationen zusammenzubringen und einen Dialog auf Augenhöhe zu ermöglichen.

Methode & Ablauf

Dieser Workshop fand in Kooperation mit einem Kurs des Studiengangs Kulturvermittlung der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe statt und stellte den Abschluss der Workshop-Reihe dar. Begleitet wurde der Workshop von Harriet Meyer und Cristina Negele. Der Ablauf gliederte sich wie folgt:

- Flanieren und Inspirieren
- Flanieren und Vertiefen
- Ideen-Entwicklung und Präsentation – Das Magische Ding



Der Workshop

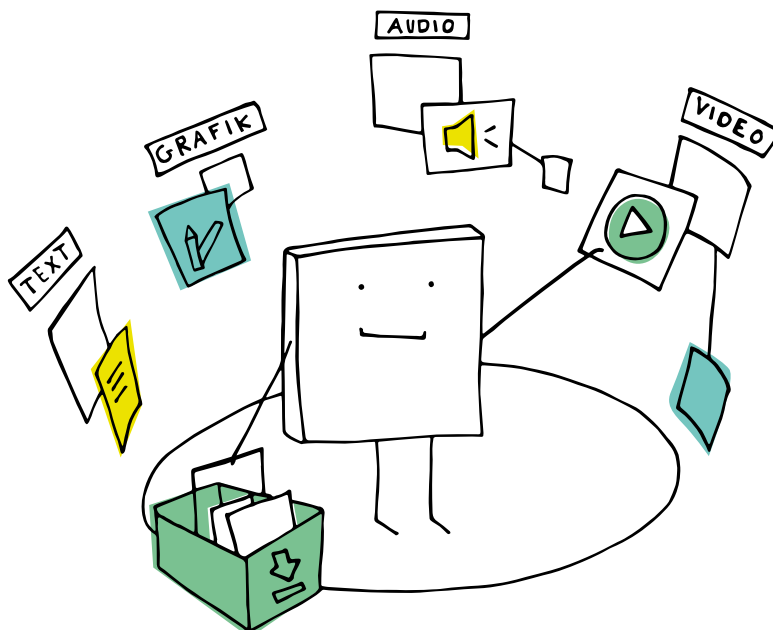
Flanieren & Inspirieren

Durch ihr Studium waren die Teilnehmenden bereits mit musealer Präsentationspraxis vertraut oder zumindest in Berührung gekommen und nahezu alle schon im Badischen Landesmuseum gewesen. Die in Workshop 4 genutzten Aktionskarten wurden in diesem Workshop erneut eingesetzt, diesmal mit dem Ziel, den Ausstellungsbereich *WeltKultur / GlobalCulture* genauer unter die Lupe zu nehmen.

Die Teilnehmenden arbeiteten in zufällig gebildeten Zweier- oder Dreiergruppen. Jede Gruppe wählte ein Objekt aus, das anschließend im Plenum vorgestellt wurde. Spannend war, wie individuell die Assoziationen der Teilnehmenden ausfielen. So erinnerte eine Gruppe ein Aquamanile in Löwenform – ein mittelalterliches Gefäß zum Händewaschen – an den Film *Die Chroniken von Narnia*. Eine andere Gruppe entdeckte bei einer Kuckucksuhr ein unerwartetes Detail: Statt eines Kuckucks erscheint zu jeder halben Stunde ein kleiner Lautsprecher, der wie ein Muezzin zum Gebet ruft.

Flanieren & Vertiefen

Zunächst wurden zu den jeweiligen Aktionskarten passend empfundene Objekte präsentiert. Anschließend wählten die neun Klein-Gruppen gemeinsam vier Objekte aus, mit denen sie sich im nächsten Schritt intensiver beschäftigten. Ziel war es, durch die Methode des Magischen Dings Ideen zu sammeln, wie das Objekt vermittelt werden könnte. Dies sollte unter der Prämisse „Alles ist möglich“ geschehen. Die so entstandene Ideensammlung sollte im darauffolgenden Schritt priorisiert und konkretisiert werden. Im Plenum wurden die Konzepte abschließend präsentiert.





Ideen-Entwicklung & Präsentation – Das Magische Ding

1. Multimediale Inszenierung – In den Schuhen von Martin Michael Behr

Die ethnografische Sammlung von Martin Michael Behr wurde für diese Gruppe durch die Persönlichkeit des Sammlers selbst zu einer Einheit. Die Teilnehmer*innen sahen in den Objekten von Behr (abgekürzt MMB) ihren Wunsch nach tiefgründigen, emotionalen und authentischen Hintergrundgeschichten erfüllt.

Ein Hologramm von MMB wurde als Möglichkeit gesehen, die Sammlung interaktiv erlebbar zu machen. Ein immersiver Raum, etwa ein japanischer Teeraum, lade Besuchende ein, im Kimono mit MMB Tee zu trinken, ihm Fragen zu stellen und Antworten zu erhalten oder ein interaktives Tagebuch zu erkunden. So könnten spezifische Objekte der ethnografischen Sammlung in ihrem Kontext verortet werden und interaktiv erfahrbar gemacht werden. Das Konzept zielt darauf ab, den ersten Einstieg niederschwellig und auf persönliche Interessen ausgelegt zu gestalten, um Neugierde zu wecken – „einen Infostrudel“ entstehen zu lassen – und in der Folge eine tiefere Beschäftigung anzuregen.

Verbesserungspotenziale

- Emotionales Storytelling:
Persönliche Geschichten und emotionale Verbindungen stärken
 - Multisensorische und immersive Erlebnisräume
 - Verknüpfung von Ausstellungsinhalten miteinander
 - Niederschwelliger, barrierefreier Einstieg als Möglichkeit zur Vertiefung
-

2. Masked Mirrors

In der *WeltKultur / GlobalCulture* werden Masken aus aller Welt gezeigt und miteinander in Verbindung gesetzt. Die Teilnehmenden betonten den Mehrwert personalisierter Inhalte wie mythologischer Hintergründe oder kunsthistorischer Details für eine gezielte und individuell angepasste Vermittlung. Positiv hervorgehoben wurde die Kontextualisierung der Masken aus unterschiedlichen Kulturen: Masken werden seit Jahrtausenden weltweit als kulturelle Ausdrucksform genutzt. Die verschiedenen Verwendungszwecke, etwa im religiösen oder performativen Kontext, böten Anknüpfungspunkte an die eigene Kultur, wie beispielsweise die Hexenmasken der alemannischen Fastnacht. Eine interaktive Karte könnte die Masken nach Region, Zeit und Verwendungszweck präsentieren und so Verbindungen zu anderen Kulturen und der eigenen Geschichte schaffen. Damit können die Masken aus aller Welt als Tor zu anderen Kulturen und Zeiten dienen.

Ein simulierter Perspektivwechsel wurde als Chance gesehen, die Geschichte einer Maske oder der*des Maskentragenden zu erleben. Durch Virtual oder Augmented Reality (VR/AR) könnten Masken ihre Geschichten erzählen oder den Besuchenden ermöglichen, die Welt durch die „Augen“ der Maske zu sehen. Ergänzend könnten Filme oder Rollenspiele unterschiedliche Lebensrealitäten und Kulturen erlebbar machen.

Verbesserungspotenziale

- Verbindung von Kulturen
 - Interaktive und personalisierte Vermittlung
 - Einsatz moderner Technologien
-



3. Hologramm-Schlumpf

Hier wurde die Idee verfolgt, dass ein Schlumpf als holografische Begleitfigur die Besuchenden auf ihrem Weg durch die Ausstellung begleitet: Er könnte Hintergrundinformationen zu den Objekten, der Sammlung aber auch zu sich selbst und seiner Geschichte liefern. Auch hier standen Interaktion sowie Kommunikation und Informationsvermittlung ganz weit oben.

Der KI-Schlumpf könnte individuell auf Interessen eingehen und die Geschichte der Objekte erklären, bei Bedarf auch mit humorvollen oder kindgerechten Elementen. Zudem könnte der Schlumpf auch im Bereich der Barrierearmut wirkungsvoll eingesetzt werden sowie Inhalte in verschiedenen Sprachen und Schwierigkeitsgraden bereitstellen. Daneben sei dann auch der Charakter des Schlumpfs wählbar, was eine gezieltere Interaktion mit der Begleit- bzw. Identifikationsfigur ermögliche. Die Teilnehmenden sahen hierin eine Möglichkeit, personalisierte Informationen zu bekommen und auch persönliche Fragen zu stellen.

Verbesserungspotenziale

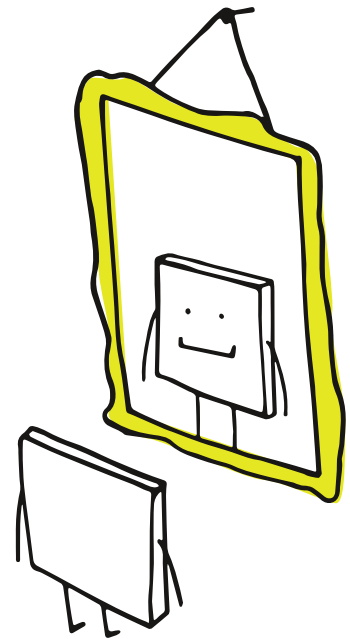
- KI-Integration und Gamification
 - Barrierefreiheit und Mehrsprachigkeit
 - Personalisierter Zugang durch interaktive Begleit- bzw. Identifikationsfigur
-

4. Gespiegelter Raum

Das orientalisch eingerichtete Zimmer bot in den Augen der Gruppe eine faszinierende Möglichkeit, Geschichte und Kultur sowohl virtuell als auch analog zu erleben. Mit VR-Brillen könnten Besucher*innen in eine digitale Welt eintauchen, in der das Schweizer Ehepaar, das den Raum einst gestaltete, im Mittelpunkt stünde. Virtuelle Figuren könnten ihre Geschichten erzählen, visuelle Einblicke geben und Fragen beantworten. Gleichzeitig könnten interaktive Funktionen die Geschichte und Bedeutung der ausgestellten Objekte anschaulich vermitteln.

Eine weitere zentrale Idee war, einen betretbaren Erlebnisraum zu schaffen, der das Original spiegelt und mit allen Sinnen erfahrbar macht. Besucher*innen könnten orientalische Gewürzdüfte wahrnehmen, traditionelle Spiele ausprobieren und durch digitale Technologien mit den Objekten interagieren. Eine Kinderspur würde jüngere Besucher*innen spielerisch in das Thema einführen und so die Attraktivität für ein breites Publikum steigern.

Das Schweizer Ehepaar würde durch narrative Inszenierungen lebendig werden und Einblicke in seine Geschichte sowie die kulturellen Einflüsse bieten. Ergänzend wäre eine kritische Auseinandersetzung mit der historischen Sammelpraxis sinnvoll. Digitale Projektionen könnten die Objekte an ihren Ursprungsorten zeigen und verdeutlichen, welche Stücke später als „abendländische Ergänzungen“ hinzugefügt wurden.



Fazit

Der Workshop zeigte eindrucksvoll, dass emotionale Zugänge und personalisierte Erlebnisse eine zentrale Rolle für die zukünftige Museumspräsentation spielen sollten. Die Teilnehmenden betonten die Bedeutung von Geschichten, die direkt an persönliche Interessen und Gefühle anknüpfen, um historische und kulturelle Inhalte lebendig werden zu lassen. Ob durch Hologramme, die Menschen aus der Entstehungszeit der Objekte wieder zum Leben erwecken, oder durch inszenierte Erlebniswelten, die einen greifbaren Zugang zur Vergangenheit schaffen – die Vision ist klar: Geschichte soll mit allen Sinnen erlebbar werden.

Die Ergebnisse des Workshops spiegeln ein starkes Bedürfnis wider, die Distanz zwischen Besucher*innen und Exponaten zu verringern. Übergreifend war der Wunsch nach einer Vermittlungsform präsent, die sowohl den Verstand als auch die Emotionen anspricht. Im Zentrum standen hierbei persönliche Verbindungen, die Möglichkeit, mit historischen Figuren oder Objekten in einen interaktiven Dialog zu treten, und das Gefühl, aktiv in die Geschichte einzutauchen. Dieser Wunsch nach Tiefe und Authentizität zeigt, dass moderne Technologien wie Hologramme oder Virtual Reality nicht Selbstzweck sein sollten, sondern Mittel, um Neugier zu wecken, Inhalte zu vermitteln und zum Weiterdenken anzuregen.

Das Museum hat die Chance, über reine Wissensvermittlung hinauszugehen und echte Verbindungen zwischen Menschen, Kulturen und Epochen herzustellen. Dabei spielen Barrierefreiheit und niederschwellige Angebote eine zentrale Rolle, um ein möglichst breites Publikum anzusprechen. Formate wie Kinderspuren, Mehrsprachigkeit und altersgerechte Inhalte bieten allen Besuchenden die Möglichkeit, personalisierte und emotionale Erfahrungen zu machen und das Museum als offenen, einladenden Raum zu erleben.

Verbesserungspotenziale

- Immersiver, multisensorischer Erlebnisraum (analog oder digital)
- (digitale) Begleitpersonen für personalisierten Zugang
- Kritische Beleuchtung von Sammlungspraktiken



Workshop 5

Sinnes-Workshop für Familien

Das Museum in seiner früher dominierenden Rolle als Wissenstempel konzentriert sich manchmal auf ein eingeschränktes Spektrum an Bedürfnissen. Daraus kann ein Widerspruch zu Bedürfnissen verschiedener Gruppen entstehen, z. B. von Familien mit Kleinkindern und Senior*innen. Ausstellungen, die sich stark auf visuelle und intellektuelle Reize konzentrieren, können für Kinder abstrakt und unzugänglich wirken. Auch für begleitende Erwachsene kann ein strikter Museums-Knigge mit Vorgaben wie einem strengen Ruhegebot die eigene Erfahrung beeinträchtigen. Um zu verstehen, was Familien im Museum erleben möchten, setzte der Workshop auf ein aktivierendes Konzept, das die fünf Sinne in den Mittelpunkt stellte. Die Teilnehmenden wurden eingeladen, das Museum und seine Umgebung auf eine neue, sinnliche Weise zu erkunden.

Methode & Ablauf



Doris Moyrer setzt sich für lebendige Geschichtsvermittlung und die Entwicklung von Mitmach-Angeboten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene ein. Ihr Anliegen ist es, den Besucher*innen auf Augenhöhe zu begegnen und ihre Bedürfnisse ernst zu nehmen.



Dr. Sarah Hoke entwickelt seit vielen Jahren digitale und interaktive sowie auf sinnliche Erfahrungen ausgerichtete Angebote. Das Museum als Wohlfühlort ist ihr dabei ein besonderes Herzensthema. Beide sind in der Kulturvermittlung des Badischen Landesmuseums tätig.

Der Workshop richtete sich gezielt an Familien mit Kindern ab 5 Jahren und war um einen Sinnes-Parcours herum konzipiert. Dieser ermöglichte es den Teilnehmenden, verschiedene Ausstellungsbereiche angeleitet multisensorisch zu erleben. Je eine Station widmete sich optischen, akustischen, olfaktorischen, atmosphärischen und haptischen Reizen. Zum Abschluss konnten die Familien ihr eigenes „Museum der Zukunft“ in einer Schuhschachtel gestalten. Geleitet von Sarah Hoke und Doris Moyrer von der Kulturvermittlung des Badischen Landesmuseums sowie unterstützt von Tina Imhof, Alessa Ruf und Cristina Negele erlebten die Teilnehmenden einen Tag voller Entdeckungen und Kreativität. In diesem Workshop wurden zwei Durchgänge mit unterschiedlichen Familien durchgeführt, die sich aus den folgenden Aspekten zusammensetzten:

- Sinnes-Parcours
- Kreativteil
- Impulse

Der Workshop

Sinnes-Parcours durch das Badische Landesmuseum

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde, die bereits erste Sinneseindrücke wie die Lieblingsfarbe oder das Lieblingsessen abfragte, begannen die Teilnehmenden den Sinnes-Parcours im Thronsaal. Auf bunten Kissen konnten sie sich auf dem Boden des Thronsaals gemütlich einrichten. Zunächst wurde gelauscht: Das Summen der Klimageräte in der ersten Runde und die Stimmen anderer Besucher*innen in der zweiten Runde füllten den Raum. Der visuelle Fokus lag auf der Ahnengalerie, wo insbesondere die aufwändige und wertvolle fürstliche Garderobe in Augenschein genommen wurde. Um die kostbaren Textilien und deren Beschaffenheit hautnah zu erleben, wurden Stoffmuster wie Samt, Damast und Spitze sowie ein Hermelinschwänzchen herumgereicht. Die Stoffe gaben den Teilnehmenden einen taktilen Eindruck davon, wie sich die dargestellten prächtigen Gewänder angefühlt haben mochten. Das Erleben unter verstärktem Einbezug der Sinne ermöglichte nicht nur den Kindern eine tiefere Ebene der Auseinandersetzung mit der Geschichte, sondern wurde auch von den Erwachsenen sehr gut angenommen. Die Verknüpfung von Haptik und visueller Darstellung machte die Vergangenheit im wahrsten Sinne des Wortes greifbar und ermöglichte ein sinnliches Verständnis der dargestellten Objekte.

Im nächsten Schritt wurde der sogenannte Kolonialwarenladen aufgesucht, ein historisch anmutender Dorfladen aus Sinsheim mit Dingen des täglichen Bedarfs sowie weitgereisten Waren aus Übersee wie Tee, Kaffee und Zucker. Er stellt ein analoges, immersives Museumserlebnis dar und wirkt ein bisschen „wie ein Unverpackt-Laden“, der Dinge wie Lebensmittel, Medikamente und Gewürze im Repertoire hat(te). Ein Teilnehmer sah in den feilgebotenen Pigmenten eine Entsprechung zur heutigen „Baumarktabteilung“.

Die beschriebenen Verkaufsobjekte verdeutlichten bereits, wohin die Sinnesreise gehen sollte: Durch das Herumreichen verschiedener Ingredienzien wurde der Geruchssinn angeregt und auf die Probe gestellt. Mit geschlossenen Augen wurden Gläser mit verschiedenen Duftstoffen wie Nelken, Kaffeebohnen, Minze und Pfeffer beschnuppert – allesamt Gewürze, die die historischen Handelswege symbolisierten. Der ohnehin vorherrschende Raumgeruch des Kolonialwarenladens komplettierte die Sinneserfahrung. Allerdings wurde auch das warme, stickige Klima in diesem Bereich kritisch angemerkt, da es die Aufenthaltsqualität beeinträchtigte.

Weiter ging es dann zu dem Ausstellungsbereich, der sich mit den Anfängen der frühen Neuzeit und der Renaissance beschäftigt. Vor einem großformatigen Tafelstillleben von Adriaen van Utrecht versammelte sich die Gruppe zu der Fragestellung, welche Speisen sie auf der reich gedeckten Tafel erkennen. Papprohre halfen dabei, den Blick konzentriert zu steuern wie in einem Guckkasten. So lenkte die Fülle der gedeckten Tafel nicht von den Details ab. Die Kinder entdeckten unter anderem Hummer, Fisch und verschiedene Obstsorten. Gleichzeitig lernten sie das kunstvolle Arrangement von Lebensmitteln in Stillleben näher kennen. Dieses angeleitete Sehen und die gesteuerte Blickführung kommen dem bereits in den vorherigen Workshops deutlich gewordenen Bedürfnis des „an die Hand genommen Werdens“ nach, um die Exponate und deren Geschichten wirklich zu erfassen und dabei den Überblick über die vielen Informationen zu behalten.

Im Anschluss daran führte der Parcours die Familien zu einer weiteren Station im *Luftschloss*. Blind wurden die verschiedenen Geschmacksrichtungen bitter, sauer, salzig und süß erkundet. Diese sensorische Auseinandersetzung war ein Bruch mit der typischen „sterilen“ Museumsatmosphäre, da normalerweise im Museum nicht gegessen wird, und wurde sehr positiv aufgenommen.





Out of the Box? Das Museum als Schatzkiste

Um einige Erfahrungen reicher ging es dann im Gartensaal weiter. Dieser Teil des Workshops lud die Teilnehmenden ein, ihre Sinneserfahrungen in einer Schuhschachtel kreativ zu verarbeiten. Auch Wünsche an das Museum der Zukunft sollten dabei formuliert werden. Allein oder im Team entstanden in reger Arbeitsatmosphäre vielfältige Ansätze. Die Teilnehmenden ließen sich dabei von Haptik und Farbe inspirieren. Die Idee des Museums als „Schatzkiste“, die immer neue Erlebnisse bietet, inspirierte zahlreiche der entstandenen Werke. Viele der Entwürfe beinhalteten Ruhe- und Spannungsbereiche. Ebenso wurde aber auch der Wunsch nach Spiel- und Bewegungsräumen geäußert, die dem Bedürfnis nach Aktivität und Erholung gleichermaßen gerecht werden. Medienvielfalt, Immersion (analog und digital), Hands-on-Stationen und die Wählbarkeit unterschiedlicher Schwierigkeitsstufen der Routen und Textebenen waren wiederkehrende Stichworte. Ein „Spiegelglitzersaal“ stand sinnbildlich dafür, neue Perspektiven zu schaffen. Behaglichkeit wurde zum Beispiel durch flauschige Wandbehänge oder einen Kamin zum Ausdruck gebracht. Auch Nachhaltigkeit war ein Thema: Ein Modell mit Solarpanels verdeutlichte den Wunsch nach umweltfreundlichen Lösungen. Hervorzuheben ist, dass nahezu in jedem Karton Fenster (oder auch der Himmel) eingezeichnet wurden. Hier war nicht nur der

Blick nach draußen von Interesse, sondern einem Kind war es besonders wichtig, dass „Licht reinkommt“, denn „dann muss man nicht so viel Strom verbrauchen“.

Die Ergebnisse waren so bunt und vielfältig wie die Ideen dahinter – und vermittelten eine klare Botschaft: Familien wünschen sich im Museum nicht nur Orte des Lernens, sondern auch Raum für Ruhe, Entspannung und Interaktion.



Impulse für ein lebendiges Museum

Auf einem Brown Paper wurden verschiedene Themen wie Ausruhen, Spielen und Lernen festgehalten. Die Teilnehmenden wurden dazu eingeladen, Ideen aufzuschreiben und zu ergänzen. Zur Strukturierung wird der folgende Abschnitt in die Unterthemen „Bauliche Rahmenbedingungen“ und „Museumsbetrieb“ gegliedert.

Bauliche Rahmenbedingungen

Für ein entspanntes Ankommen mit dem Fahrrad schlugen die Teilnehmenden bessere Abstellmöglichkeiten vor, z. B. eine Überdachung sowie einen speziellen Bereich für nasse Kleidung. Ein großer Optimierungsbedarf wurde im Bereich der Barrierearmut gesehen. Dazu zählte ein barrierearmer Zugang zu den Toiletten und Schließfächern sowie zu den einzelnen Ausstellungsbereichen. Außerdem bedürfe es sicherer Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen. Besonders für Familien mit Kleinkindern seien diskrete Stillplätze und auch Wickelbereiche, die nicht nur in den Damentoiletten, sondern auch für Väter zugänglich sind, von Bedeutung.

Wie bereits in vorherigen Workshops spielte auch hier die Verbindung von Innen- und Außenraum eine zentrale Rolle. Neben der Vernetzung von Park und Schloss sahen die Teilnehmenden Potenzial in einem nahegelegenen Spielplatz. Zudem wurde die Idee geäußert, den Weg zum Schloss mit kleinen Erlebnisstationen zu gestalten, die nicht nur zur Einstimmung auf den Museumsbesuch dienen, sondern bereits Teil des Erlebnisses selbst sein könnten.

Verbesserungspotenziale

- Verbesserung der Fahrradabstellmöglichkeiten
 - Kostenlose, barrierearme und gut erreichbare Toilettenanlagen
 - Still- und Wickelmöglichkeiten (letztere auch für Väter)
 - Einbindung erneuerbarer Energien und Nachhaltigkeit
 - Verflechtung von Park und Museum
 - Abstellplatz für Kinderwagen
 - Etablierung von Erlebnisstationen um das Schloss herum
-

Museumsbetrieb

Eine spielerische Wissensvermittlung wurde als Bereicherung für alle Altersgruppen angesehen. Insbesondere für Familien sind altersgerechte Vermittlungsformate entscheidend, um Museumsbesuche für alle Mitglieder attraktiv zu machen und in die Freizeitplanung zu integrieren. Die Teilnehmenden schlugen dafür verschiedene Ansätze vor, wobei die Kinderperspektive und Familienfreundlichkeit im Vordergrund standen.

Interaktive Ansätze, wie das Lösen von (historischen) Aufgaben sowie die Möglichkeit, etwas zu gestalten oder nachzubauen, Schnitzeljagden, Führungen mit Schauspiel*innen oder selbst in historische Kleidung zu schlüpfen, würden es erlauben, in historische Lebenswelten einzutauchen. Positiv wurde an dieser Stelle die Begehrbarkeit des Kolonialwarenladens hervorgehoben. Auch digitale Technologien wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) wurden als wertvolle Chancen gesehen, um das Museumserlebnis zu intensivieren. Als besonders wichtig wurden verschiedene thematische Touren für unterschiedliche Altersgruppen genannt, um den Interessen der Kinder gerecht zu werden.

Die vielversprechendsten Vermittlungsformate sahen die Eltern besonders in Hand-on-Stationen. Eine Familie erzählte von einem Museumsbesuch, bei dem sie Scherben eines Tonkrugs wieder zusammensetzen musste – diese Art von Aktivität hinterließ einen bleibenden Eindruck. Solche Erinnerungen förderten nicht nur das Lernen, sondern könnten auch die Besucher*innen von morgen an das Museum binden. Außerdem böten diese Aktivitäten den Eltern die Möglichkeit, sich währenddessen mit der Ausstellung auseinanderzusetzen. Besonders interessant fanden die Teilnehmenden die Interaktion mit Originalen oder Faksimiles, auch angeregt





durch den kurzen Besuch in der *Expothek*. So könne man Exponate hautnah kennenlernen, etwa das tatsächliche Gewicht eines Schwertes fühlen oder die Materialität anderer Gegenstände erfahren. Auch sollten verstärkt Riech- und Tast-Stationen eingebaut werden, um alle Sinne anzusprechen.

Ein weiterer Vorschlag war die Schaffung eines „Durchgangs durch die Zeiten“ oder „Neue Weltenräume“. Ein solcher Erlebnis-Parcours könnte nach dem Motto „Der Weg ist das Ziel“ gestaltet sein, mit gemütlichen Ecken, Teppichen, Kletterwänden oder als Labyrinth durch verschiedene Epochen. In diesem Kontext wurde auch ein Barfußpfad als mögliche Ergänzung eingebracht.

Darüber hinaus wurde angeregt, Themen aus kindlicher Perspektive zu behandeln und Informationen buchstäblich auf Augenhöhe der Kinder zu präsentieren. Über Audio-Guides oder Videos könnte den Kindern eine historische Begleitperson zur Seite gestellt werden, um Geschichten aus dem Alltag vergangener Zeiten zu erzählen und Bezüge zur heutigen Lebenswelt herzustellen. Beispielsweise könnte eine Magd ihre Erlebnisse auf dem Markt schildern und erklären, dass es damals weder Konserven noch Kühlschränke gab. Die Idee, Videos auf dem eigenen Handy abzuspielen, stieß auf gemischte Reaktionen, da viele Eltern eine „handyfreie“ Zeit im Museum bevorzugten. Grundsätzlich wurde das Medium Video als sinnvolles Vermittlungstool angesehen, sollte jedoch nicht übermäßig eingesetzt werden.

Ein „Bewegungsraum“ zum Toben und Ausruhen wurde als ideale Ergänzung betrachtet, um zwischendurch eine Pause einzulegen oder überschüssige Energie loszuwerden. Hier könnten die Familien auch ein kurzes Zwischenfazit ziehen, bevor sie die Ausstellung mit freiem Kopf weiter erkunden. Ess- und Trinkverbote wurden des Weiteren kritisch gesehen, da sie den Aufenthalt frühzeitig verkürzen könnten. Es wurde angemerkt, dass die Schließfächer zu weit entfernt seien, um zwischendurch bequem etwas zu holen. Ein „Krümelraum“ und ein Café mit erschwänglichem Kaffee und gesunden Snacks wurden als Verbesserungsvorschläge genannt, damit sich Familien „nicht wie Fremdkörper fühlen“. Auch sollte der Verzehr von mitgebrachten Speisen und Getränken dort gestattet sein.

Statt der üblichen ruhigen Museumsatmosphäre verfestigte sich die Idee einer „lärmenden Stunde“ – eine Zeit, in der der kindliche Übermut laut werden darf und Raum für kreative Entfaltung geschaffen werde. Damit keine anderen Besucher*innen sich gestört fühlten, sollte dies eine festgelegte Stunde sein, die im Museumsbetrieb etabliert sein müsse und an potenzielle Besucher*innen transparent kommuniziert würde, damit sich die Eltern nicht wegen des Lärmpegels sorgen müssten. Die Familien gewönnten so an Bewegungsfreiheit. Außerdem wurde noch die Willkommensatmosphäre angesprochen. Die Freundlichkeit der Aufsichtspersonen und ein einladender Empfang wurden als entscheidende Faktoren für einen angenehmen Aufenthalt betont, ebenso wie eine offene Tür, die Besucher*innen willkommen heiße.

Verbesserungspotenziale

- Medienvielfalt, Interaktion und Immersion (digital und analog)
 - Hands-on-Objekte und Ansprache der Sinne
 - Relevante Themen von und für Kinder
 - Pausenraum (Bewegung und Konsum) sowie ein Museumscafé, „lärmende Stunde“
 - Freundliche Willkommenskultur
-

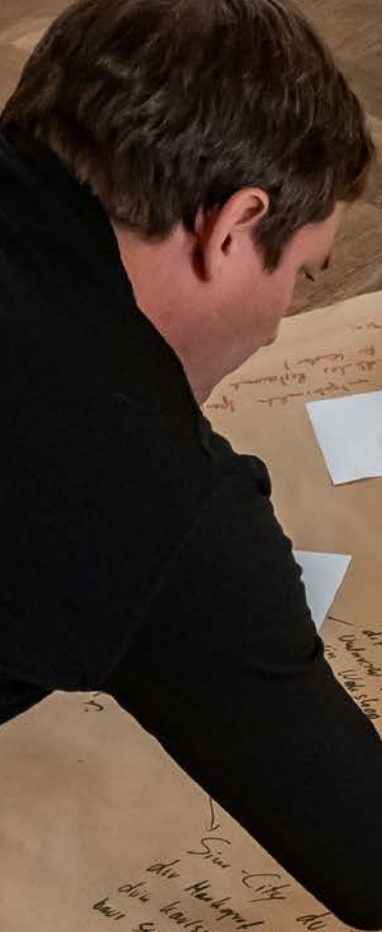


Fazit

Wie in den bisherigen Workshops zeichnete sich auch hier ein deutliches Bild ab: Besucher*innen bevorzugen nicht nur, sondern setzen schon fast ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Erlebnis voraus. Die gezielte Ansprache der Sinne fand großen Zuspruch. Der auch in den vorherigen Workshops betonte Wunsch nach multisensorischem Erleben kam klar zum Ausdruck. Neben speziellen Anforderungen für Familientauglichkeit tauchten auch weitere Punkte auf, die bereits in früheren Workshops geäußert wurden. Dies unterstreicht, dass einige dieser Bedürfnisse eine breite Relevanz für viele Besucher*innen haben.

Der „Sinnes-Workshop für Familien“ hat deutlich gemacht, dass das Museum der Zukunft mehr sein sollte als ein Ort der reinen Wissensvermittlung. Familien wünschen sich ein Umfeld, in dem gemeinsames Entdecken, Mitmachen und Erleben im Mittelpunkt stehen. Sie sehnen sich nach einem Museum, das Flexibilität und Vielfalt sowohl in seinen Inhalten als auch in der Art der Vermittlung bietet.

Durch kreative und sinnliche Ansätze soll Wissen nicht nur vermittelt werden, sondern in eine erlebbare Form gebracht werden. Spielerische und handlungsorientierte Methoden können die Verbindung zu den Ausstellungsstücken stärken, bleibende Eindrücke schaffen und den Besuch für alle Altersgruppen zu einem unvergesslichen Erlebnis machen. Interaktive Hands-on-Stationen, themenspezifische Führungen und digitale Erweiterungen wie AR und VR tragen dazu bei, das Museum als dynamischen, lebendigen Raum zu gestalten. Ein Ort der lehrreich, unterhaltsam und erholsam ist – und an den man immer wieder gerne und später vielleicht mit den eigenen Kindern zurückkehrt.



• Kollagen (Kollagen) (z.B. Kollagen)
• Kollagen (Kollagen) (z.B. Kollagen)
• Kollagen (Kollagen) (z.B. Kollagen)



Apparate, Geräte
- Anker u. Essen



Exit game
(die Zettel des
Kartenspiels werden
gelesen. Kinder
die Hinweise
in der Ausstellung
kann gewinnen)
Ziel: wer am meisten
Zettel findet.

Die Erfindungen
von damals für
heute (z.B. Dinosaurier
...)



- Sie müssen kein
- Stillmöglichkeit



Teil der Welt
wurden (z.B. Vulkane
und als... ein Aufguss
von damals (z.B. Lösen)
Handy-App ohne Anmeldung

Mitbringen:
Handy
App
nicht nur
Ausdruck und
Lernen

• kleine Videos
• gut einsehbar (kleine Kinder (z.B. durch mobile
• Audio Guide (Kind + Elter.)
• Rundgang f. Kinder (kurze Erklärungen,
Fokus auf Exponate, die Kinder im
Speziell interessieren könnten)
• Stationen zum selber machen
(Tisch, Stuhl, Stuhl, Stuhl, Stuhl)
• rote Fäden der Kinder
durchs Museum führen
• Ausstellung zum Anfassen



Extra

Ein Open Space im Badischen Landesmuseum

Ein Ort zum Wohlfühlen, Entspannen oder Aktivwerden – das *Luftschloss* im Herzen des Badischen Landesmuseums lädt zum Verweilen und Entdecken ein. Gemütliche Sessel, Sofas und Sitzsäcke bieten die Möglichkeit, eine Pause einzulegen, Neues zu entdecken oder sich inspirieren zu lassen – und dabei durch die großen Fenster den einzigartigen Blick auf die Stadt zu genießen. Als Begegnungsraum steht es allen Interessierten während der Öffnungszeiten des Museums kostenfrei zur Verfügung. Ob mit oder ohne Besuch der Ausstellungen: Groß und Klein, Familien und Gruppen sind herzlich willkommen, den liebevoll gestalteten Raum mit seinen vielfältigen Angeboten zu erkunden und zu genießen.

Am 8. November 2024 feierte das *Luftschloss* sein einjähriges Bestehen – ein Anlass, die Bedeutung dieses besonderen Raumes näher zu beleuchten. Zum Jubiläumstag organisierte das Badische Landesmuseum eine Fachtagung mit dem Titel „Neu VerORTen: Begegnungs- und Wohlfühlräume für Museen?!“, auf der die Potenziale solcher Räume diskutiert wurden.

Um besser zu verstehen, wie das *Luftschloss* von den Besucher*innen wahrgenommen wird, hat das Zentrum für Evaluation und Besucherforschung (ZEB) in den Monaten zuvor eine Umfrage durchgeführt. Sowohl Kinder als auch Erwachsene wurden dabei nach ihren Eindrücken und Nutzungserfahrungen befragt. Diese Erkenntnisse liefern spannende Einblicke und ergänzen thematisch den Familien-Workshop. Im Folgenden haben wir einen Auszug der Ergebnisse zusammengestellt.

Kinder-Befragung

Beurteilung des *Luftschlosses*

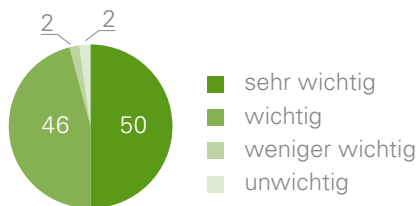
Wie hat es dir hier im *Luftschloss* gefallen?

(in %, n=73)



Wichtigkeit solcher Räume

Wie wichtig findest du solche Räume wie das *Luftschloss* im Museum? (in %, n=60)



Beurteilung einzelner Aspekte

Du könntest dich hier im Raum ausruhen oder selber etwas machen.

Wie haben dir die einzelnen Sachen gefallen? (in %)

Bücher (n=54)



Spiele und Puzzle (n=58)



Röhren zum Abstimmen (n=63)



Wolken an den Wänden zum Schreiben/Malen (n=61)



Bereich zum Malen (n=56)



Sitzgelegenheiten (n=71)



sehr gefallen

ziemlich gut gefallen

naja, es geht so

eher nicht gefallen

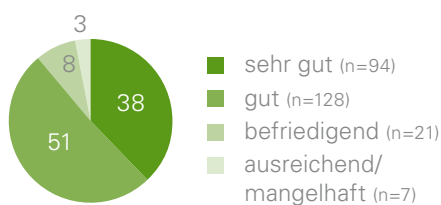
überhaupt nicht gefallen

Erwachsenen-Befragung

Bewertung des *Luftschlosses*

Wie hat Ihnen insgesamt das *Luftschloss* bzw. dieser Bereich unseres Hauses gefallen?

(n=250)



→ Den Gästen hat der Bereich zumeist „sehr gut/gut“ gefallen.

Wichtigkeit von Open-Space Räumen in einem Museum

Wie wichtig sind Ihnen offene Räume im Museum, die zum Verweilen, Aufenthalt, Lesen, Spielen o. Ä. einladen? (n=246)



→ Open-Space-Räume sind sehr wichtig in einem Museum.

Eindrücke und Meinungen zum *Luftschloss*

Wie ist Ihre Meinung zu den einzelnen Aussagen? (in %)

Das *Luftschloss* ist ein Raum, der zum Verweilen einlädt. (n=245)



Es ist ein Raum, in dem ich gerne eine Pause einlege. (n=241)



Im *Luftschloss* fühle ich mich wohl. (n=245)



Der Raum ist ansprechend gestaltet. (n=239)



Das *Luftschloss* ist ein Ort der Entspannung und Ruhe. (n=245)



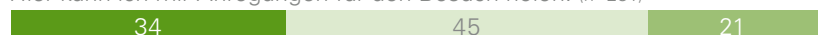
Es ist ein Ort, an dem ich mich aktiv mit meiner Meinung einbringen kann. (n=227)



Das *Luftschloss* ist ein Ort, an dem ich gerne etwas lese. (n=239)



Hier kann ich mir Anregungen für den Besuch holen. (n=231)



trifft zu

trifft teilweise zu

trifft nicht zu

→ Das *Luftschloss* ist ein Raum, der zum Verweilen einlädt, in dem man gerne eine Pause einlegt, weil man sich dort wohlfühlt.

Es ist weniger häufig ein Raum, in dem man sich Anregungen für den Besuch holt oder etwas lesen möchte oder einen persönlichen Beitrag leisten möchte.



Workshop 6

Barrieren überwinden & kulturelle Teilhabe ermöglichen

Museen sind weit mehr als Aufbewahrungsstätten für Objekte. Als Multiplikatoren von Wissen eröffnen sie vielfältige Zugänge zu Kunst und Kultur und bieten neue Perspektiven und Denkanstöße. Museen sind Bildungsstätten, die einen unverzichtbaren Beitrag für die demokratische Gesellschaft leisten. Sie ermöglichen ihren Besucher*innen, Schlüsselkompetenzen zu erwerben und sich kritisch zu hinterfragen. Damit diese Angebote vielen Menschen zugänglich sind, müssen Zugangsbarrieren identifiziert und abgebaut werden. Der Workshop lenkte die Aufmerksamkeit auf bestehende Barrieren und sammelte Ideen für deren Überwindung.

Methode & Ablauf



Matthias Nagel ist Experte für Inklusion im Kunst- und Kulturbereich. Des Weiteren ist er als blinder Autor und Redakteur im Bereich Audiodeskription tätig. In diesen Funktionen berät er seit mehreren Jahren Theater und Museen und unterstützt sie bei ihren individuellen inklusiven Öffnungsprozessen.

Der Workshop befasste sich mit der zentralen Fragestellung „Wie kann unser Museum inklusiver werden?“ und der Ermöglichung von kultureller Teilhabe. Gemeinsam wurde darüber gesprochen, welche Barrieren Menschen mit Behinderungen bei einem Museumsbesuch erleben. Nach einem einführenden Vortrag zu Inklusion und kultureller Teilhabe diskutierten die Teilnehmer*innen in Kleingruppen auf Grundlage eines Fragebogens und nahmen an einer Sensibilisierungsübung teil. Von Museumsseite begleiteten Ulrike Radke, Annette Kätsch-Hattendorf und Cristina Negele den Workshop, geleitet wurde er durch den Inklusionsexperten Matthias Nagel.

Zur besseren Verständlichkeit werden die verschiedenen Handlungsbedarfe im Folgenden nicht in der chronologischen Reihenfolge innerhalb des Workshops wiedergegeben. Die gewonnenen Erkenntnisse sind in die Kategorien „Bauliche Rahmenbedingungen“ und „Museumsbetrieb“ unterteilt. Diese Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern stellt eine Zusammenfassung der im Workshop gesammelten Eindrücke und der formulierten Handlungsfelder dar. Bereits das wirft ein Schlaglicht auf die Vielfalt und Komplexität der Inklusionsthematik.



Der Workshop

Barrierearm & zugangreich

Matthias Nagel stellte im Workshop die unterschiedlichen Dimensionen des Begriffs Inklusion vor. Eng gefasst bezieht er sich vor allem auf Menschen mit Behinderungen, in seiner breiteren Bedeutung umfasst er alle Spektren menschlicher Vielfalt. Diese Dimensionen reichen von demografischen (z. B. Alter, Geschlecht) über soziale (z. B. Beruf, Einkommen) bis hin zu kulturellen Merkmalen (z. B. Werte, Sprache). Diese verschiedenen Kategorien helfen, Unterschiede zu analysieren und gezielte Maßnahmen zur Bedarfsdeckung zu entwickeln.

Nagel erklärte zudem den Unterschied zwischen Integration und Inklusion: Während Integration auf eine Anpassung des Individuums an eine bestehende Gesellschaft abzielt, bedeutet Inklusion das Schaffen einer Umgebung, die allen Menschen eine gleichberechtigte Teilhabe ermöglicht. Barrieren, die diesen Zugang erschweren, können baulicher, sprachlicher oder digitaler Art sein, aber auch „Barrieren im Kopf“ umfassen.

Im Kontext der Museumsarbeit wird der Begriff Barrierearmut zunehmend der Barrierefreiheit vorgezogen. Barrierearmut bedeutet, dass Barrieren bereits in der Planungsphase vermieden und nicht erst im Nachhinein beseitigt werden. Der Begriff deutet zudem auf einen pragmatischen Umgang mit dem Thema Barrierefreiheit hin und sollte ein Zwischenziel darstellen. Dabei braucht es stets ein bewusstes und reflektiertes Abwägen zwischen dem, was möglich ist, und dem, was angestrebt werden sollte. Für Museen bedeutet dies nicht nur, klassische Präsentationskonzepte weiterzudenken, sondern neue Formate zu entwickeln sowie u. a. auch multisensorische Erlebnisse anzubieten. Konkret wurden 3D-Objekte, Tast-, Riech- und Audio-Stationen genannt, die die rein visuelle Präsentation hinter Glas ergänzen, um einen Perspektivwechsel und Teilhabe zu ermöglichen.

Sensibilisierungsübung & das Zwei-Sinne-Prinzip

Als Sensibilisierungsübung wurde ein Tast-Memory gespielt. Die Teilnehmenden zogen mit verbundenen Augen jeweils ein Klötzchen aus einem Stoffbeutel. Die Klötzchen unterschieden sich in ihrer Oberflächenstruktur und es wurde das Ziel verfolgt, das jeweilige Pendant zum gezogenen Stein zu finden. Zweck einer solchen Übung ist es nicht nur, das Gedächtnis zu trainieren, sondern auch die Kommunikation in der Gruppe zu fördern. Laut Matthias Nagel ist das Tasten ein unterschätzter Sinn. Das bestätigten die Teilnehmenden: Sie empfanden das Memory als herausfordernd und es dauerte, bis sie die passenden Steine fanden. Die Übung unterstrich, dass der Tastsinn bei den Teilnehmenden weniger stark ausgeprägt ist als der Sehsinn und, selbst unterstützt durch verbalen Austausch, eine große Herausforderung darstellt. Nachdem die Augenbinden abgenommen wurden, waren einige Teilnehmende sehr überrascht, dass sich die Gegenstücke nicht schneller hatten finden lassen, obwohl sich die Oberflächen augenscheinlich recht stark unterschieden.

Daran wird das Zwei-Sinne-Prinzip deutlich: Es besagt, dass Informationen am besten über mindestens zwei verschiedene Sinne – etwa Hören und Sehen oder Hören und Tasten – vermittelt werden. Diese Mehrfachansprache erleichtert das Verstehen und Verarbeiten von Informationen und unterstützt die Erinnerung. In der barrierefreien Gestaltung von Gebäuden, Einrichtungen oder Informationssystemen wird dieses Prinzip eingesetzt, um eine möglichst breite Zugänglichkeit zu gewährleisten. Danach sollen mindestens zwei der drei genannten Sinne einbezogen werden, um unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden. Eine Teilnehmerin berichtete in diesem Kontext vom zeitweisen Verlust ihres Geschmackssinns. Als dieser sukzessive wieder zurückkehrte, besuchte sie eine Erlebnisgastronomie, in der die Speisen im Dunkeln gereicht werden, damit sich die Gäste auf den Geschmack und die Textur konzentrieren. Denn bis zu einem gewissen Grad schmeckt man das, was man sieht, bzw. was man zu schmecken erwartet. Daran schließt auch sinngemäß die Redewendung „Das Auge isst mit“ an: Der eine Sinn wird nach dem Zwei-Sinne-Prinzip mit einem anderen kombiniert. Dies unterstreicht die Bedeutung von multisensorischen Erlebnissen – das Prinzip verbindet verschiedene Sinne und kann im übertragenen Sinne auch die Zugänglichkeit von Museumsinhalten verbessern.

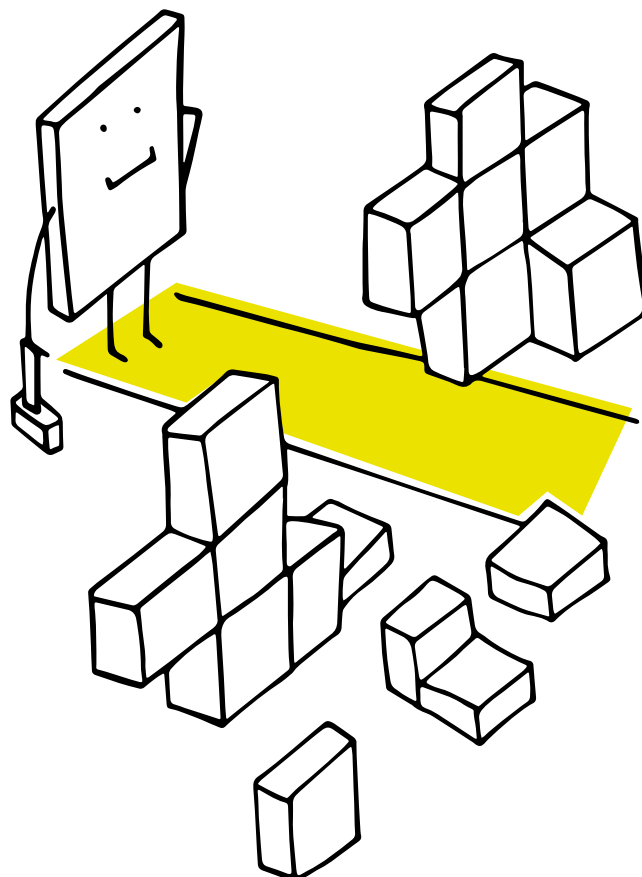


Optimierungsperspektiven

Mittels eines Fragebogens wurden die größten Handlungsbedarfe des Badischen Landesmuseums im Bereich Inklusion identifiziert. Zunächst sollten die Teilnehmenden dem Museum eine Schulnote in Bezug auf Inklusion geben. Anschließend wurde die Vergabe dieser Note begründet und sowohl die bereits gut funktionierenden Aspekte als auch die Bereiche mit dem größten Handlungsbedarf benannt. Im Durchschnitt bewerteten die Teilnehmenden das Museum mit der Note 4,4, was auf einen erheblichen Verbesserungsbedarf hinweist.

Der Workshop verdeutlichte, wie unterschiedlich und zum Teil gegensätzlich die Bedürfnisse der Besucher*innen sein können. So wurde beispielsweise ein angepasstes Lichtkonzept gewünscht, um Menschen mit Sehbehinderungen besser zu unterstützen. Im Gegensatz dazu reagieren aber Menschen mit Autismus oder sensorischen Verarbeitungsstörungen sensibel auf starke Lichtquellen. Dieses Beispiel zeigt, dass das Thema Barrierearmut stets einen differenzierten Blick erfordert.

Positiv bewertet wurden vorhandene Angebote in Deutscher Gebärdensprache (DGS) und die zunehmend barriereärmer umgesetzten Sonderausstellungen. Doch es wurde auch Kritik an der unterschiedlichen Gewichtung von Sonder- und Dauerausstellung geäußert. Die Teilnehmenden appellierten, auch die Dauerausstellung beim Thema Barrierearmut stärker zu berücksichtigen. Die durch den Workshop signalisierte Bereitschaft des Museums zur Veränderung wurde positiv bewertet. Eine Expert*innen-Gruppe für die unterschiedlichen Bedarfe verschiedener Zielgruppen, die dem Haus beratend zur Seite steht, wurde für ein neu zu denkendes Museum als essenziell angesehen.



Museumsbetrieb

Zu den zentralen Verbesserungen im Museumsbetrieb zählen ein klares Orientierungssystem und der Ausbau der digitalen Barrierefreiheit. Die Website des Museums wurde dabei als Hürde wahrgenommen: Sie sei unübersichtlich, weise wenige Videos in Gebärdensprache auf und sei nur bedingt in leichter Sprache verfügbar. Die Unübersichtlichkeit betonten bereits Teilnehmer*innen in vorherigen Workshops. Der Workshop zur Bürger*innen-Beteiligung habe beispielsweise nur über Umwege gefunden werden können. Außerdem lasse die Transparenz bezüglich vorhandener oder nicht vorhandener inklusiver Angebote zu wünschen übrig. Moniert wurde konkret, dass die Information zur Erreichbarkeit der sogenannten *Türkenbeute* für Menschen mit Gehbehinderung auf der Website missverständlich ausgedrückt sei. Hilfreich wäre eine ausgewiesene Ansprechperson für Inklusion, die u. a. bei Fragen zu Rate gezogen werden kann.

Daran schloss sich an, dass die Notwendigkeit einer Anmeldung für eine Führung für Gehörlose die persönliche Flexibilität stark einschränke. Da für andere Führungen auch keine Anmeldung nötig ist, sei hier eine gleichberechtigte Regelung wünschenswert. Die Teilnehmenden wünschten stattdessen ein flexibleres Besuchsangebot. Dieses würde festgelegte Zeitfenster für bestimmte Bedarfe offerieren und damit Anmeldepflichten vermeiden, um allen Besucher*innen einen spontanen und selbstbestimmten Zugang zu den Ausstellungen zu ermöglichen.

Eine Idee für eine verbesserte Aufenthaltsqualität wurde mit der „stillen Stunde“ formuliert, die als Pendant zur „lärmenden Stunde“ aus dem Familien-Workshop verstanden werden kann. In dieser Stunde (oder besser: an diesem Tag) sollen der Lärm und die Lichteffekte reduziert werden, um das Museumserlebnis für Menschen mit einer sensorischen Übersensibilität angenehmer zu gestalten. Dieses Konzept der „Silent Hour“ existiert bereits in verschiedenen Supermarktketten. Außerdem sollten Verweil- und Sitzmöglichkeiten in den Ausstellungsräumen angeboten werden.

Neben dem häufig geäußerten Wunsch nach thematischen Routen durch die Ausstellungen würde ein schlüssiges Wegeleitsystem auch ein Gefühl von Sicherheit vermitteln. Dieses Bedürfnis kam auch in einigen anderen Workshops zur Sprache. Zur besseren Orientierung und als eine Art roter Faden durch die Räume wurde ein entsprechendes Lichtkonzept angeregt. Dieses könne beispielsweise aus auf den Boden projizierten Wegweisern bestehen. Diese flexible Wegeleitung sei bei Bedarf auch anpassbar. Die Ausleuchtung der Ausstellungen selbst wiederum stelle momentan für Menschen mit Sehbeeinträchtigung eine Herausforderung dar, da es keine Übergänge zwischen sehr hellen und dann wieder mystisch-dunkel ausgeleuchteten Flächen gebe. Dadurch müsse man „nach einem Raumwechsel erst einmal bei null anfangen“. Zudem könne ein zu helles Licht reizüberflutend wirken oder den Räumen die Atmosphäre nehmen.



Das Sprachniveau und die Länge der klassischen Saal- und Objekttexte sollten zudem grundsätzlich überdacht werden und dem veränderten Leseverhalten angepasst werden. Piktogramme seien eine Möglichkeit, verschiedene Zielgruppen, Interessensgebiete, Sprachniveaus und Vertiefungsebenen zu unterscheiden. Daneben wurde auch eine Reduktion der Ausstellungsfülle als unerlässliche Maßnahme für ein modernes inklusives Museum angesprochen.

Das Fehlen von Angeboten für Menschen mit geistiger Behinderung wurde ebenfalls bemängelt. Eine Teilnehmerin, die mit Menschen mit Schwerst- und Mehrfachbehinderung arbeitet, kritisierte das Orientierungssystem im Badischen Landesmuseum. „Ich arbeite mit Menschen mit Schwerstmehrfachbehinderung. Und die sind selbstständig. Sie gehen arbeiten und gehen da auch selbstständig hin. Mit dem Führungssystem hier kämen sie nicht klar. Die müsstet ihr bei Feierabend noch suchen.“ Dies bekräftigt den auch zuvor mehrfach geäußerten Wunsch nach einer intuitiven Wegeführung an, die allen Besucher*innen einen Mehrwert bieten würde.

Das Potenzial der digitalen Barrierefreiheit, divergente Bedürfnisse zu erfüllen, wurde im Workshop mehrfach unterstrichen. Ein Ausbau sei daher unerlässlich, um verschiedene Angebote bereitzustellen, die Informationsvermittlung zu erleichtern sowie einzelne Zielgruppen anzusprechen, ohne die Saaltexte in den Ausstellungen zu überfrachten. Damit könnte man inklusive Ausstellungsräume schaffen, die u. a. Mehrsprachigkeit, leichte Sprache, auditive Beschreibungen und DGS-Videos beinhalten. Außerdem ermöglichen die Wählbarkeit von Vertiefungsebenen ein eigenständiges Erschließen. Neben der Notwendigkeit, Ausstellungsinhalte multimedial und multisensorisch anzubieten, wurde auch hier der Wunsch nach einem interaktiven Museumserlebnis formuliert.

Ein besonders großer Bedarf wurde in der Schulung des Personals gesehen, damit dieses adäquat auf Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen – sowohl sichtbaren als auch unsichtbaren – eingehen könne. Dabei ging es nicht nur um ein Grundverständnis für spezifische Bedürfnisse, sondern auch um die Fähigkeit, in herausfordernden Situationen schnell, angemessen und empathisch zu reagieren. Der Workshop machte deutlich, dass Wissen und Handlungskompetenz in diesem Bereich oft lückenhaft sind. Ein Vorfall, der die Mitnahme einer Notfalltasche während des Workshops betraf, unterstrich nicht nur die Dringlichkeit solcher Schulungsmaßnahmen, sondern auch, wie essenziell es ist, Unsicherheiten im Umgang mit Betroffenen abzubauen.

Einige Teilnehmende wünschten sich eine aktivierende, niederschwellige Form, um ein Feedback zu geben, beispielsweise in Form von Plakaten oder Tafeln. Diese könnten beispielsweise im Ausgangsbereich angebracht werden und konkrete Fragen zum Besuch stellen. Im Einholen von Rückmeldungen werde die Wertschätzung der Besucher*innen-Meinung seitens des Museums deutlich.



Verbesserungspotenziale

- Entzerrte Website und Angebotstransparenz (bezüglich inklusiver Angebote oder Zugänglichkeiten)
 - Digitale Barrierefreiheit:
 - DGS-Videos (mit Untertiteln) auf der Website und in den Ausstellungen, Mehrsprachigkeit, einfache/leichte Sprache, u. a.
 - Reduktion der Ausstellungsfülle zur Vermeidung von Reizüberflutung und angepasstes Lichtkonzept; ggf. Einführung einer „Silent Hour“
 - Intuitive Wegeleitung, grafische Orientierungshilfen
 - Wählbare Ausstellungstouren in unterschiedlichen Längen und Schwierigkeitsgraden
 - Schaffung von Sitz- und Verweilmöglichkeiten
 - Verbesserte Informationen über barrierearme Zugänglichkeiten sowie Benennung einer Ansprechperson für Fragen zur Inklusion
 - Vielfalt an Interaktions- und Medienformaten (z. B. taktile und auditive Angebote)
 - Anpassung der Saaltexte, Wahlmöglichkeit in Niveau und Textlänge
 - Angebote für Menschen mit kognitiven und sensorischen Beeinträchtigungen sowie für neurodivergente Menschen
 - Gleiches Niveau der Barrierearmut in Sonder- und Dauerausstellungen
 - Schulung des Personals im Hinblick auf Menschen mit sichtbaren und unsichtbaren Behinderungen
-

Fazit

Bauliche Rahmenbedingungen

Wie bereits in anderen Workshops so wurden auch diesmal die klimatischen, akustischen und olfaktorischen Probleme der verschiedenen Ausstellungsbereiche sowie die erschwerte Zugänglichkeit verschiedener Bereiche durch fehlende weitere Aufzüge oder Treppenlifts moniert. Neben den Ausstellungen müssten auch alle anderen für den Museumsbesuch relevanten Räumlichkeiten wie sanitäre Anlagen, Schließfächer, Shop und das Café barrierefrei begehbar sein. Die größten Schwierigkeiten bestehen hier aus räumlichen und Denkmalschutzgründen beim Zugang zum Turm. Neben rollstuhlgerechten Toiletten wurde der Wunsch nach Wickelräumen für Erwachsene geäußert.

Handlungsbedarf bestehe auch in Sachen Akustik. Der Eingangsbereich und die Infotheke strahlten nicht nur eine kühle Atmosphäre aus, sondern wurden in Bezug auf Informationsvermittlung und Akustik als Hürde wahrgenommen. Die vielen laut zuschlagenden Türen sowie die zahlreichen Treppen und die hallenden Räume wurden nicht nur von geräuschempfindlichen Menschen als Zumutung empfunden. Hier wären geräuscharme, sich selbst öffnende bzw. schließende Türen wünschenswert. Im Bereich des denkmalgeschützten (westlichen) Treppenhauses befindet sich der einzige für den Personenverkehr zugelassene Aufzug. Eine akustische Ansage für Menschen mit Sehbehinderung und eine Notfalltaste für gehörlose Menschen wären wünschenswert. Das dortige Treppengeländer entspreche außerdem nicht barrierearmen Standards. Eine taktile Blindenleitlinie mit kontrastreicher Absetzung wurde sowohl im Schloss als auch auf dem Weg zum Schloss hin gefordert.

Verbesserungspotenziale

- Schaffung einer barrierearmen Infrastruktur in Bezug auf Wegeführung zum Schloss sowie innerhalb des Schlosses (Aufzüge, Treppenlifts, Rampen, Blindenleitlinien)
 - Anpassung des Lichtkonzepts zur Orientierung
 - Anpassung des Klimasystems (Heizung und Klimaanlage)
 - Verbesserung der Akustik
 - Neutralisierung starker Gerüche
 - Rollstuhlgerechte, genderneutrale Toiletten und Wickelmöglichkeiten für Erwachsene
-

Die im Workshop geäußerten Verbesserungswünsche benannten größtenteils nichts Neues. Die Ergebnisse verdeutlichen aber den akuten Handlungsbedarf. Hauptkritikpunkte wurden u. a. im Fehlen einer Gesamtstrategie, eines mangelhaften Orientierungssystems und in unzureichenden barrierearmen Angeboten im digitalen Bereich gesehen.

Ein „Museum für alle“ zu schaffen, stellt eine enorme Herausforderung dar. Ziel muss es sein, Menschen unabhängig von ihrer physischen, sensorischen oder kognitiven Situation ein selbstbestimmtes Museumserlebnis zu bieten. Die Barrierefreiheit bzw. -armut in Museen ist dabei eine umfassende Aufgabe, die nicht nur bauliche Aspekte, sondern auch sprachliche und organisatorische Herausforderungen umfasst. Der Workshop verdeutlicht, wie komplex die Anforderungen an ein inklusives Museum sind – auch da die Bedürfnisse der Besucher*innen sehr unterschiedlich sind und sich zum Teil auch konträr gegenüberstehen. Ein möglichst barrierearmes Umfeld muss daher flexibel und auf die Vielfalt der Besucher*innen-Bedürfnisse ausgerichtet sein. Wie bereits in den vorherigen Workshops erkannt, ist der Wohlfühl-Faktor bestimmend für den Museumsbesuch und dessen Retrospektive.

Museen müssen sich als dynamische Institutionen begreifen, die sich stetig weiterentwickeln, um einer zunehmend diversen Gesellschaft gerecht zu werden. Der Workshop zeigte anschaulich, wie vielfältig die Bedürfnisse unterschiedlicher Menschen sein können. Diese Vielfalt der Bedürfnisse erfordert eine Fülle an neuartigen Museumszugängen. Denn ein inklusives Museum fördert nicht nur die kulturelle Teilhabe, sondern stellt auch eine Botschaft dar für eine offene, vielfältige und wertschätzende Gesellschaft.



VIDEO

AUDIO

SOCIAL
MEDIA

APP

WEBSITE

Workshop 7

Zukunftswerkstatt im Badischen Landesmuseum

Museen sind Hüter der Vergangenheit. Doch ihre Relevanz hängt entscheidend davon ab, wie gut sie sich an die Gegenwart und die wandelnden Bedürfnisse und Erwartungen der Gesellschaft anpassen. Museen müssen daher für die Zukunft gestaltet werden: als lebendiger Ort, der nicht nur historische Zeugnisse bewahrt, sondern auch Impulse für kommende Entwicklungen setzt.

Methode & Ablauf

Im Zentrum des Workshops stand die Frage „Wie kann unser Museum der Zukunft aussehen?“. Unter Anleitung des Workshop-Leiters Max Irmer wurden die Teilnehmenden in die komplexe Welt der Zukunftsforschung eingeführt. Die Teilnehmenden lernten verschiedene Methoden kennen, wie man eine plausible zukünftige Entwicklung beschreiben kann. Die Zukunftswerkstatt ist ein kreatives Verfahren, um Probleme zu analysieren, Lösungen zu entwickeln und positive Visionen zu formulieren. Der Workshop setzte sich aus den folgenden Bausteinen zusammen:

- [Headlines der Zukunft](#)
- [Vorstellung Megatrends und World-Café](#)
- [Ein 5-Sterne-Besuch im Badischen Landesmuseum 2035](#)



Max Irmer baut Brücken zwischen der Gegenwart und der Zukunft, zwischen Analogem und Digitalem. Dafür bedient er sich Ansätzen, Methoden und Tools aus den Bereichen Foresight, Innovationsmanagement, Design und Transformationsmanagement. Er glaubt daran, dass wir die Zukunft nur gestalten können, wenn wir sie greifbar und erlebbar machen. Folglich versucht er, den Zukunftsdiskurs überall wo möglich zu stimulieren.

Der Workshop

Headlines der Zukunft

Um ein besseres Verständnis für den Blick in abstrakt wirkende Zukünfte zu schaffen, stellte Max Irmer in seiner Einführung zunächst die Grundlagen der Zukunftsforschung vor. Die Zukunftswerkstatt ist eine Methode, die die Perspektiven verschiedener Menschen zusammenbringt. Ein Rückblick auf die Entwicklungen der letzten zehn Jahre verdeutlichte, wie überraschend und unwahrscheinlich bestimmte Veränderungen im gesellschaftlichen, politischen und sozioökonomischen Bereich damals erschienen, die heute aber Realität sind.

In der ersten Phase des Workshops kam die Methode der „Headlines der Zukunft“ zum Einsatz. Die Teilnehmenden begaben sich auf eine gedankliche Reise in die Zukunft und waren dazu aufgerufen, positive und negative Schlagzeilen bezüglich der möglichen Entwicklungen des Badischen Landesmuseums für die fiktiven Zeitungen „Badische Brise“ und „BADische News“ zu formulieren. Diese Headlines bildeten den Einstieg in eine Diskussion über persönliche Hoffnungen, Ängste und Erwartungen. Dabei zeigte sich, dass es den meisten Teilnehmenden leichter fiel, negative Szenarien zu entwerfen – ein Phänomen, das vor allem bei jüngeren Menschen auftritt. Befördert wird dieser Umstand durch Zukunftsvisionen à la Hollywood: Meist wird die Zukunft als Dystopie erzählt – nicht als Utopie.

Die Übung verdeutlichte, dass die Auseinandersetzung mit Zukunftsszenarien einen doppelten Nutzen hat: Sie macht bestehende Ängste und Herausforderungen sichtbar und ermöglicht positive Zukunftsvisionen. Die positiven Schlagzeilen spiegelten den Wunsch nach Innovation, stärkeren Besucher*innen-Zahlen und einer offenen Willkommenskultur – insbesondere in den Bereichen Diversität, Inklusion, kultureller Teilhabe und politischer Bildung. Dagegen überwiegen in den negativen Szenarien die Sorgen, etwa über eine zeitlich überzogene Großbaustelle mit hohen Kosten („Großbaustellen-Dilemma“). Ebenso wurde befürchtet, dass das Museum während der Sanierung keinen Wandel durchläuft, dadurch „aus der Zeit fällt“ und an Attraktivität verliert.

Die Ergebnisse dieser Übung waren nicht nur eine wertvolle Grundlage für die vertiefenden Diskussionen des Workshops. Es zeigte sich auch eine zentrale Herausforderung der Zukunftsforschung: Es gibt zu wenige positive Szenarien. Max Irmer appellierte daher an die Teilnehmenden, optimistische Visionen zuzulassen und aktiv auszuarbeiten – eine Aufgabe, die in der Gruppe mit Kreativität und Engagement umgesetzt wurde. Denn Visionen, die in die Tat umgesetzt werden sollen, müssen gehegt und gepflegt werden, damit sie langfristig Früchte tragen.



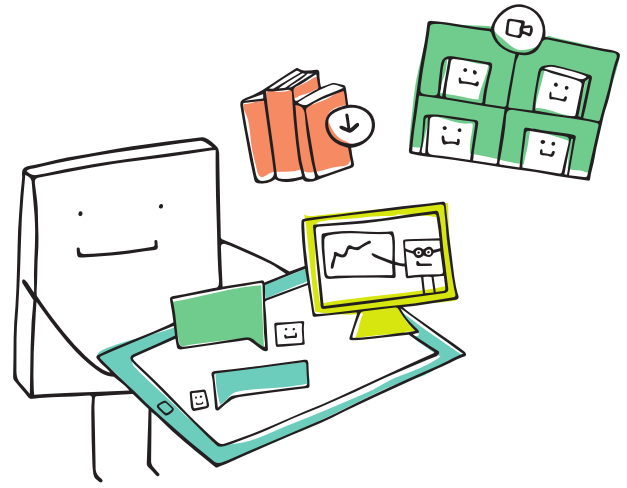
Megatrends & World-Cafés: Zukunftsmusik

„Da war echt viel Musik – Zukunftsmusik – drin, aber auch viel Kompromiss. Dass alle glücklich werden, ist leider nicht plausibel.“

Die zunächst eingenommene negative Perspektive führte die Teilnehmenden im nachfolgenden Workshop-Teil dazu, bewusst positive Gedanken für das Museum der Zukunft zu entwickeln. Um diesen Prozess anzustoßen, wurden ihnen exemplarisch fünf Megatrends vorgestellt: globale, langfristige Entwicklungen, die Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie nachhaltig beeinflussen. Diese Megatrends dienten als Grundlage für eine plausible Zukunftsentwicklung. Dabei wurde betont, dass solche Szenarien keine festen Vorhersagen darstellen, sondern vielmehr als Wegweiser und Orientierungspunkte genutzt werden können.

In einem World-Café lernten die Teilnehmenden die verschiedenen Megatrends an verschiedenen Stationen kennen und brachten ihre Perspektiven dazu ein. Auf Postern wurden die einzelnen Trends vorgestellt und sowohl deren Chancen als auch potenzielle Herausforderungen thematisiert. Ziel war es, Ideen für die zukünftige Ausrichtung des Museums zu erarbeiten und dabei mögliche Konflikte zwischen unterschiedlichen Zielsetzungen herauszuarbeiten.

Der anschließende Austausch im Plenum bot Raum, die erarbeiteten Ansätze zu ergänzen und weitere Perspektiven einzubringen. Im Folgenden werden die Trends kurz im Bezug auf das Museum erklärt und die Erkenntnisse aus dem World-Café zusammengefasst. Statt der bis hierhin formulierten Verbesserungspotenziale werden dieses Mal die Wünsche und Befürchtungen der Teilnehmenden herausgestellt.



1. Digitalisierung & Künstliche Intelligenz

Neue Technologien und Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz (KI) und digitale Plattformen verändern die Art, wie Museen ihre Inhalte präsentieren und wie Besucher*innen damit interagieren. Virtuelle Touren, KI-gestützte Inhalte und interaktive Installationen schaffen neue, hybride Museumserlebnisse.

Die Teilnehmer*innen betonten den Wunsch nach niederschweligen, virtuellen Zugängen – die Gestaltung soll barrierearm und mehrsprachig sein. Besonders wichtig war ihnen die Möglichkeit personalisierter Erlebnisse, die die eigene Geschichte und Identität in einen Kontext setzen. Zudem wurde der Wunsch nach einer kontinuierlichen Aktualisierung wissenschaftlicher Erkenntnisse geäußert.

Kritisch hinterfragt wurden mögliche negative Auswirkungen, z. B. „Effekthascherei“, bei der die Nutzungsfreundlichkeit auf der Strecke bleibt. Auch die Anfälligkeit für technische Ausfälle, die das Erlebnis beeinträchtigen könnten, wurde angesprochen. Hinzu kamen Sorgen wie der Verlust menschlicher Interaktion, der Ausschluss bestimmter Personengruppen durch unzureichende Benutzerfreundlichkeit, KI-bedingte Falschinformationen und eine potenziell erhöhte „Screentime“. Der Einsatz moderner Medien weckte also nicht nur Begeisterung, sondern auch Kritik und wurde in der Umsetzung als herausfordernd angesehen.

Wünsche

- Kostenlose, virtuelle und individualisierte Zugänge (barrierearm, mehrsprachig, interessensspezifisch)
- Emotionales Erleben und Kontextualisierung der eigenen Person und der eigenen Interessen
- Wissenschaftlicher Input und ständige Aktualisierung

Befürchtungen

- Ablenkung vom Original und Überforderung
 - Gefahr von falschen Informationen (KI-bedingt) und technischen Ausfällen
 - Datenmüll und noch mehr „Screentime“
-



2. Nachhaltigkeit & Klimawandel

Angesichts des Klimawandels wächst der Druck auf Museen, nachhaltiger zu agieren. Das betrifft sowohl den Betrieb und die verwendeten Ressourcen als auch die Inhalte, z. B. das Aufgreifen umweltbezogener Themen. Museen könnten als Vorreiter im Bereich Umweltschutz eine größere Rolle spielen.

Die Workshop-Teilnehmer*innen äußerten den Wunsch nach einem klimaneutralen Museum, das auf langfristig nachhaltige Technologien setzt. Mehr Transparenz wurde als zentraler Aspekt benannt – etwa durch Einblicke hinter die Kulissen oder den Vergleich des CO₂-Ausstoßes von Sonderausstellungen im Vergleich zu Dauerausstellungen. Auch die Behandlung von Themen wie Klimawandel und Nachhaltigkeit in der Geschichte sowie nachhaltige Praktiken im Museumsbetrieb wurden als wichtig erachtet.

Ein interessantes Potenzial sahen die Teilnehmer*innen bei der Energiegewinnung: Die Besucher*innen könnten hier aktiv miteingebunden werden. Um Bewegungsenergie zu nutzen, könnten Installationen wie Bodenplatten, die kinetische Energie aus Schritten in Strom umwandeln, an frequentierten Stellen des Museums, wie Eingangsbereichen oder beliebten Ausstellungen, eingesetzt werden. Außerdem müsste man sich die Frage stellen, ob Museen tatsächlich geheizt werden müssen oder ob ein Besuch auch mit Jacke denkbar wäre. Gleichzeitig benannte man kritisch die Gefahren von Greenwashing, Ressourcen-Verschwendung und der Nutzung fossiler Brennstoffe sowie veralteter Technologien.

Wünsche

- Langfristige Technik, klimaneutrales Museum
- Energiesparen bzw. -gewinnen durch Mitwirkung der Besucher*innen
- Transparenz: Einblicke hinter die Kulissen
- Themen wie Klimawandel und Nachhaltigkeitsstrategien in der Geschichte aufnehmen

Befürchtungen

- Greenwashing
- Ressourcen-Verschwendung und Einsatz fossiler Brennstoffe
- Schnelles Veralten von Technik

3. Urbanisierung & demografischer Wandel

Mit dem urbanen Wachstum und der Verdichtung von Städten verändert sich auch das Museumsumfeld. Museen müssen Angebote für eine diversere und zunehmend älter werdende Gesellschaft schaffen und sollen als kulturelle Treffpunkte in der Stadt fungieren.

Ein zentraler Wunsch der Workshop-Teilnehmer*innen war, das Museum als „Dritten Ort“ zu gestalten: als barrierearmen und generationenübergreifenden Raum, der allen Menschen offensteht und über multifunktionale Bereiche wie Cafés oder Rückzugsorte verfügt. Besonders hervorgehoben wurden günstige Eintrittspreise, beispielsweise für Senior*innen oder Geringverdiener*innen. Die Teilnehmenden betonten zudem die Notwendigkeit, aktuelle gesellschaftliche Themen im Museum aufzugreifen und kulturelle Angebote zu schaffen, die z. B. auch Menschen mit Migrationshintergrund ansprechen.

Gleichzeitig wurde jedoch auf mögliche Risiken hingewiesen: So könnte das Museum den Anschluss an jüngere Generationen verlieren. Auch die einseitige Fokussierung auf bestimmte Zielgruppen berge die Gefahr, langfristig an Relevanz zu verlieren.

Wünsche

- (barrierearme) Zugänglichkeit, auch für Nicht-Besucher*innen (Museumscafé, Biergarten)
- Günstiger Eintritt und Ermäßigungen
- Inhaltliches Aufgreifen aktueller Themen
- Schaffung kultureller Angebote und Kontextualisierungen für Senior*innen, Zugezogene, Migrant*innen, etc.

Befürchtungen

- Fehlende Relevanz bzw. fehlende relevante Themen
 - Verpassen des Anschlusses an die nachfolgende Generationen
 - Konflikt von unterschiedlichen Bedarfen und Bedienen von nur einer Zielgruppe
-



1. Politische Unsicherheit & Globalisierung

Museen stehen zunehmend im Spannungsfeld globaler Herausforderungen sowie lokaler und regionaler Politik. Sie könnten als Orte für gesellschaftliche Debatten und interkulturellen Austausch wichtige Beiträge zu Diskussionen über Themen wie Migration, Identität und Werte leisten. Aber sie drohen auch, zum Spielball der direkten oder indirekten Auseinandersetzung unterschiedlicher (politischer) Positionen zu werden.

Die Teilnehmer*innen hoben hervor, dass Museen wertvolle Plattformen für gesellschaftliche Debatten und politische Bildung bieten können. Insbesondere die kritische Reflexion der eigenen Museumsgeschichte sowie die Einbindung globaler Perspektiven wurden als große Chancen gesehen. Als Bildungsinstitutionen könnten Museen Kompetenzen fördern, Perspektivvielfalt stärken und zur geschichtlichen Aufklärung beitragen.

Gleichzeitig äußerten die Teilnehmenden Bedenken hinsichtlich möglicher Risiken: Eine politische Instrumentalisierung oder Polarisierung des Museums droht dessen Neutralität zu gefährden. Eine ähnliche und wiederholt formulierte Befürchtung betraf eine direkte politische Einflussnahme. Ebenso wurde vor einer Abkehr von den ursprünglichen Kernaufgaben gewarnt, etwa der Bewahrung und Vermittlung historischer Inhalte.

Wünsche

- Ort der Vernetzung und der gesellschaftlichen Debatte
- Aufzeigen von Perspektiven und geschichtliche Aufklärung
- Kritische Auseinandersetzung mit der Museumsgeschichte
- Politische Neutralität

Befürchtungen

- Politische Einflussnahme und Gefahr der Instrumentalisierung
- Einseitige Darstellung von Themen (Polarisierung)
- Abkehr von ursprünglichen Aufgaben eines Museums



2. Partizipation & Erlebnisorientierung

Die Teilnehmer*innen äußerten den klaren Wunsch nach einer stärkeren Einbindung der Besucher*innen, um das Museumserlebnis vielseitiger und zugänglicher zu gestalten. Interaktive und immersive Formate, multisensorische Erlebnisse oder Living-History-Angebote wurden als Bereicherung angesehen. Ergänzend wurden vorgeschlagen: True-Crime-Formate, Hop-on-/Hop-off-Touren (bei denen Besucher*innen flexibel ein- und aussteigen können) sowie personalisierte Geschichten und Kommentare von den (wissenschaftlichen) Mitarbeiter*innen des Museums, etwa den Kurator*innen.

Neben der Programmgestaltung wurde auch eine klarere Angebotsstruktur, eine prägnantere und ansprechende Werbestrategie und eine stärkere Selbstdarstellung des Museums empfohlen. Dabei legten die Teilnehmer*innen Wert auf Ausgewogenheit: Das Museum solle nicht den Charakter eines Abenteuerspielplatzes oder eines Freizeitparks annehmen.

Gleichzeitig wurden Bedenken formuliert: Eine zu starke Erlebnisorientierung würde die Bildungsfunktion des Museums schwächen und den „Zauber des Originals“ in den Hintergrund drängen, da andere Technologien die Aufmerksamkeit binden und zu isolierten Erlebnissen führen könnten. Diese Sorge wurde darin formuliert, dass analoge und gemeinschaftliche Formate entfallen und stattdessen ein Rückzug in digitale Welten stattfinden könnte. Eine zu starke Fokussierung auf eine digitale Strategie wurden mit Bedenken bezüglich des Datenschutzes in Verbindung gebracht. Eine weitere Befürchtung lag im Betreuungsaufwand analoger Formate und damit verbundenen höheren Kosten für Tickets o.Ä.

Wünsche

- Beteiligungsprozesse
- Immersive, multisensorische und interaktive Welten
- Living History und Crime-Formate, Hop-on-Führungen, offene Angebote
- Niederschwelliges Storytelling und individualisierte Geschichten
- Einblicke in die wissenschaftliche Arbeit hinter den Kulissen
- ansprechende Werbemaßnahmen

Befürchtungen

- Freizeitpark-Atmosphäre, Schwächung des Museums als Bildungsinstitution
- Ausrichtung nur auf eine Zielgruppe
- Personalaufwand und höhere Kosten
- Verlust des „Zaubers des Originals“, z. B. durch ablenkende Technik
- Datenschutz (Tracking, Persönlichkeitsrechte, Fotos etc.)

Ein Museum, tausend Möglichkeiten – personalisiere deine Tour!

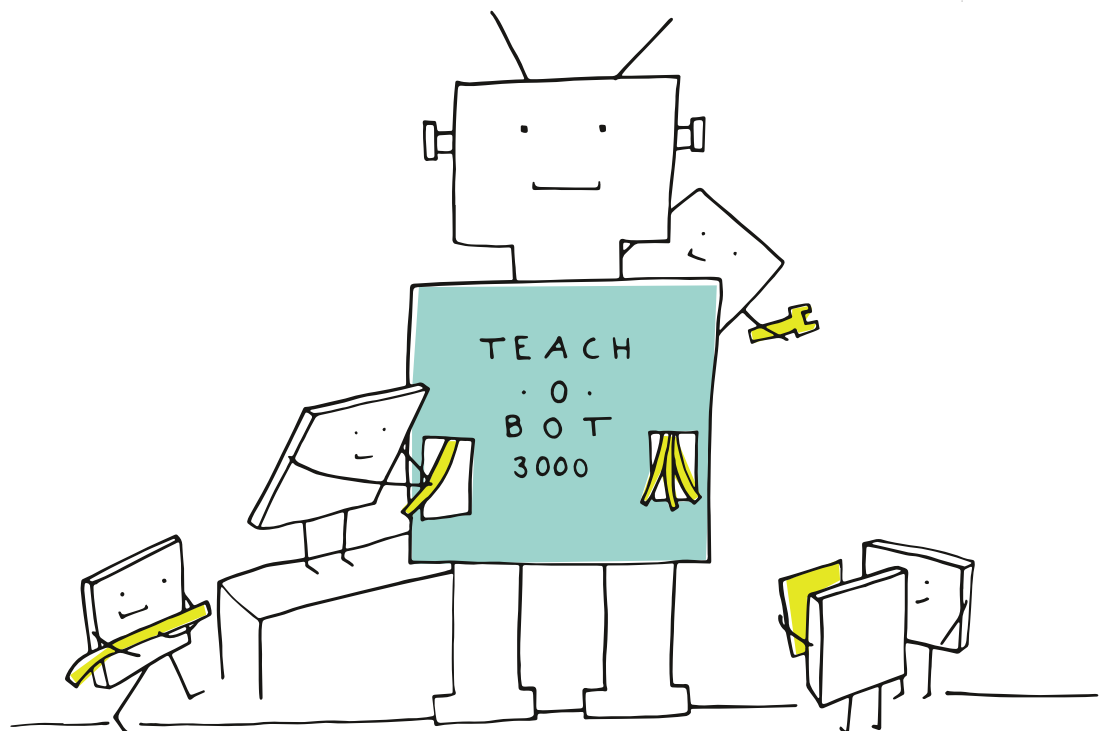
Nach der Präsentation der Ergebnisse erhielten die Teilnehmer*innen die Aufgabe, in Kleingruppen ein visionäres 5-Sterne-Erlebnis für das Badische Landesmuseum im Jahr 2035 zu entwerfen. Dabei war Kreativität gefragt. Ziel war es, die zuvor erarbeiteten Erkenntnisse in konkrete Vorschläge für ein zukunftsorientiertes Museum zu übersetzen.

Die erarbeiteten Visionen stellten das Museum als einen Ort des Miteinanders in den Mittelpunkt – einen Raum, der Generationen verbindet und Inklusion fördert. Deutlich formuliert wurde der Wunsch, dass sich alle Besucher*innen willkommen und wertgeschätzt fühlen, unabhängig von ihren Bedürfnissen, Interessen, Einschränkungen und ihrer Herkunft. Technologisch standen personalisierte Erlebnisse im Vordergrund, die durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz maßgeschneidert auf individuelle Interessen zugeschnitten sein sollten.

Personalisierte Ansätze wie „Dating im Museum“ oder interaktive Gruppenformate dienten dem Ziel, das Museum als sozialen Treffpunkt zu etablieren – als einen Ort, der weit über die traditionelle Ausstellungstätigkeit hinausgeht. Auch die Bedeutung einer offenen, einladenden Atmosphäre wurde betont, um den Museumsbesuch zu einem Wohlfühlerlebnis zu machen. Kostenlose Führungen und ein breites Angebot an wählbaren Touren wurden als Maßnahmen für mehr Niederschwelligkeit und Zugänglichkeit diskutiert. Gleichzeitig unterstrichen die Teilnehmenden, dass analoge Angebote weiterhin eine wichtige Rolle spielen sollten, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen.

Innovative Konzepte wie immersive Rollenspiele oder multisensorische Erlebnisse – etwa das Eintauchen in historische oder fiktive Welten – wurden ebenfalls als zentrale Elemente eines zukünftigen Museums hervorgehoben. Digitale Tools sollten die Möglichkeit bieten, sich bereits im Vorfeld optimal auf den Besuch vorzubereiten. Inhaltlich sollte das Museum immer wieder aktuelle gesellschaftliche Themen und Diskurse aufgreifen, um relevant und nahbar zu bleiben.

Technologische Highlights wie autonome Fahrzeuge, die den Transport erleichtern, oder Hologramme, die Exponate zum Leben erwecken, wurden als zusätzliche Elemente genannt, die das Erlebnis bereichern könnten. Insgesamt spiegelten die Visionen die große Bandbreite an Möglichkeiten wider, wie ein Museum der Zukunft Tradition und Innovation verbinden kann, um Menschen jeden Alters nachhaltig zu begeistern.



Fazit

Die Auseinandersetzung mit Zukunftsszenarien zeigte eindrucksvoll, dass Museen nicht nur Hüter der Vergangenheit, sondern auch visionäre Gestalter der Zukunft sein können. Flexibel, innovativ und zugänglich sollten sie sein, um ihre gesellschaftliche Relevanz zu bewahren und weiter auszubauen. Die Teilnehmenden betonten, dass Museen ihre historischen Wurzeln mit mutigen, zukunftsgerichteten Visionen verknüpfen sollten, um zu lebendigen Orten der Begegnung zu werden. So könnten sie nicht nur Stätten des Bewahrens, sondern auch inspirierende Plattformen für gesellschaftliche Debatten und kulturelle Teilhabe werden.

Insbesondere personalisierte, multisensorische Angebote sowie einladende, offene Räume, die Wertschätzung und Gemeinschaft fördern, wurden als essenziell angesehen, um diese Ziele zu erreichen. Ein solches Museum könnte Besucher*innen nicht nur anziehen, sondern auch nachhaltig begeistern.

Eine klare Positionierung und eine stärkere Sichtbarkeit im Stadtbild sowie in der Stadtgesellschaft wurden als bedeutende Entwicklungsfelder herausgearbeitet. Die Definition eines einzigartigen Profils, eines klaren Unique Selling Points (USP), sah man als große Chance, um das Museum als unverwechselbaren Akteur im kulturellen und gesellschaftlichen Leben zu verankern. Gleichzeitig sollen gezielte Schulungen für die Museumsmitarbeitenden und optimierte Kommunikationswege dazu beitragen, den Dialog mit unterschiedlichen Zielgruppen zu stärken und das Museum als inklusiven Ort der Teilhabe zu positionieren.

Der Workshop verdeutlichte, wie wichtig es ist, die Zukunft aktiv zu gestalten, anstatt lediglich auf Veränderungen zu reagieren. Die Teilnehmenden blicken mit Spannung auf die kommenden Entwicklungen, insbesondere die geplante Sanierung, und freuen sich darauf, wie sich die vorgestellten Ideen konkret verwirklichen lassen.

Indem das Badische Landesmuseum die Zeichen der Zeit erkennt, Megatrends aufgreift und innovative Wege einschlägt, ohne seine Ursprünge aus den Augen zu verlieren, hat es das Potenzial, sich als einzigartigen Ort zu etablieren. Ein Ort, an dem Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft nicht nur nebeneinander stehen, sondern zu einer inspirierenden Einheit verschmelzen – eine lebendige Institution für kulturelle Relevanz in einer sich stetig wandelnden Welt.

RESTAURATION

NACHHALTIGKEIT

wünschens-
wert

Neutral

Soll vermieden
werden

Trendsetter
Klima/Nachhaltigkeit
festlaufend
Nischen

Nachhaltigkeit
im Altertum
(Ausstellungen)

Entwicklung
Thema: Nachhaltigkeit
durch die
Zeit

Was heißt
"nachhaltiges"
Museum?

Finger pointing
auf Vergangenheit
→ "Die haben es falsch
gemacht!"

Andere Kulturen

Klimaneutrales

Museum Transparenz/
Blick hinter die
Kulissen →

Umsetzung

Kreislauf

Wirtschaft

Kreislaufwirt.

schaft + keine

neue Erfindung

der Neuzeit

Bezug zu Heute

Technik von

heute werden

Museumsstücke

Umgang mit

Klimawandel

in der Geschichte

Positive

Botschaften

für die Zukunft

Umgang mit

Klimawandel

in der Vergangenheit

Kulturstadt

Wärmzeiten waren

Blütezeiten

Museum /

Ausstellungsstücke

"Naturkatastrophenfest"

Energiegewinnung

durch

Besucher

integrieren

Innovative

Klimatechnik

berücksichtigen

(Solar, Brauchwasser,

an Regenwasser, etc.)

Biodiversität

→ Schlossgarten /

Freiluftmuseum

Institution

als Vorbild /

Vorreiter

Nachhaltigkeit

WIE
NACHHALTIG SIND
SONDERAUSSTELLUNGEN

Heizen oder
Mantel?
Gewohnheiten
neu denken

Ist es nachhaltig
viel Personal zu
haben?
GHC Ausstoß

Biodiversität
→ Schlossgarten /
Freiluftmuseum

Institution
als Vorbild /
Vorreiter
Nachhaltigkeit

Greenwashing

Papier
Eintrittskarten

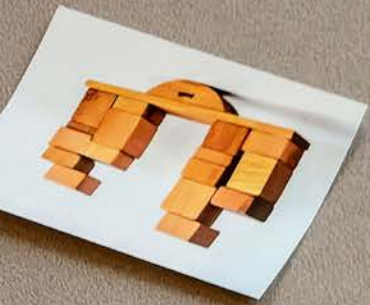
geschultes
Personal
(Digital / Materialien
für Reinigung &
Restauration)

Fossile
Brennstoffe

Denkmalschutz
verhindert
Klimaneutralität

Energieverbrauch
durch Digitalisierung
unterschätzen

Technik auf
Stand 2025



Workshop 8

Museum für verschiedene Lebensphasen

Im Fokus dieses Workshops stand die Frage „Wer braucht was?“. Es war eine Einladung, die eigenen Perspektiven zu erweitern, die Bedürfnisse anderer zu verstehen und Verbindungen zwischen Generationen, Kulturen und Interessen zu schaffen. Dieser Perspektivenwechsel bietet die Chance, ein Museum zu gestalten, das nicht nur Vielfalt abbildet, sondern sie aktiv fördert und als Grundlage für Zusammenhalt und gemeinsame Inspiration nutzt.

Methode & Ablauf

Der Workshop baute auf den bisherigen Workshop-Formaten, Fragestellungen und den daraus erwachsenen Erkenntnissen auf. Eine Präsentation fasste eingangs die bislang gewonnenen Handlungsbedarfe, untermalt von Impressionen der jeweiligen Workshops, zusammen. Die Teilnehmenden hatten so die Möglichkeit, sich tiefer mit den Erkenntnissen auseinanderzusetzen, während sie verschiedene Fragekarten schrittweise bearbeiteten. Zielstellung war, dass sich die Gruppen mit den bisherigen Ergebnissen kritisch befassen, sie ergänzen und in der Form von persönlichen Priorisierungen zuspitzen. Geleitet wurde der Workshop von Alastair Somerville (siehe Workshop 1), den Katrin Lorbeer, Alexander Wolny und Cristina Negele als Tisch-Moderator*innen unterstützten.



Alastair Somerville ist Experte für sensorisches Design und Nutzungsforschung. Er berät Unternehmen und öffentliche Einrichtungen hinsichtlich der Nutzungsfreundlichkeit im analogen und digitalen Bereich. Museen versteht er als für die Menschen gestaltete Orte, die einladend, verständlich und vielfältig sein sollten. Seine Arbeit stellt also den Menschen und dessen Erleben in den Mittelpunkt.

Der Workshop gliederte sich wie folgt:

- Zusammenfassung der vorangegangenen Workshops und der daraus gewonnenen Verbesserungspotenziale
- Vorstellung und Beantwortung von vier Fragekarten:
 1. Was sind die wichtigsten Aspekte aus den Workshops?
 - 2.1. Worüber würdest du gerne mehr erfahren?
 - 2.2. Was fehlt aus deiner Sicht?
 3. Wo siehst du die wichtigsten Handlungsbedarfe und wie würdest du sie priorisieren?

Workshop

Einführung in die bisherigen Workshops

Zu Beginn des Workshops wurden den Teilnehmenden die wichtigsten Empfehlungen aus den vorangegangenen Workshops als Grundlage präsentiert. Moderationswände mit Arbeitsmaterialien aus den vorherigen Workshops ergänzten die herausgearbeiteten Verbesserungspotenziale, damit sich die Gruppen ein Bild der geleisteten Arbeit der vergangenen Workshops machen konnten. Vor der Beantwortung einer jeden Fragekarte wurden die Teilnehmenden nochmals dazu aufgerufen, die zur Verfügung gestellten Materialien zu begutachten. Da auch Teilnehmer*innen der vorangegangenen Veranstaltungen anwesend waren, war zudem ein direkter Rückgriff auf authentische Erfahrungsberichte möglich. Jeder Frage ging eine kleine Diskussionsrunde voran, anschließend beantworteten die Teilnehmenden jeweils für sich die entsprechende Frage. Die Antworten wurden dann wieder in eine Plenumsdiskussion eingebracht. Damit wurde das Ziel verfolgt, der Gruppe die Gedanken aller Workshop-Teilnehmer*innen vor Augen zu führen. Das so entstandene Bild war ein reiches Mosaik aus unterschiedlichen Wünschen, Herausforderungen und Bedarfen.

Fragekarten

Die Eröffnungsfrage zielte auf eine Zusammenfassung der bisherigen Erkenntnisse und die Benennung der wichtigsten Handlungsfelder. Die beiden daran anschließenden Fragen orientierten sich an persönlichen Meinungen der Teilnehmenden. In die Beantwortung der Schlussfrage flossen dann die Ergebnisse der gemeinsamen Diskussion mit ein. Im Folgenden werden die Antworten der Teilnehmenden zusammengefasst wiedergegeben. Die einzelnen Fragen sind nicht unabhängig voneinander zu betrachten und nehmen aufeinander immer wieder Bezug, weswegen inhaltliche Wiederholungen aus Gründen der Verständlichkeit nicht zu vermeiden sind.

1. Was sind die wichtigsten Aspekte aus den Workshops?

Partizipation, u. a. durch ein beratendes Expert*innen-Gremium: Die Etablierung eines beratenden Gremiums aus Vertreter*innen unterschiedlicher Zielgruppen wurde als entscheidend hervorgehoben, insbesondere in den frühen Phasen der Planung. Dadurch könne das Museum stärker als gemeinsames Projekt wahrgenommen werden und gezielt die unterschiedlichen Bedürfnisse ansteuern.

Steigerung des Wohlfühl-Faktors und der Barrierearmut im Museum: Eine einladende Atmosphäre wurde als essenziell angesehen. Das Museum solle eine Komfortzone sein, die barrierearm, zugänglich, offen und divers ist. Ergänzend dazu wurden interaktive Angebote und eine persönlichere Ansprache als Mittel gesehen, das Museum lebendiger und erlebbarer zu machen.

Orientierung (im Raum und im Thema): Innerhalb des Museums wurde die Fülle an Informationen als überfordernd beschrieben. Viele Teilnehmende wünschten sich hier eine Entzerrung, methodische Vielfalt und eine klarere Struktur und Wegeleitung, die es Besucher*innen erleichtert, sich auf eigene Interessen zu konzentrieren. Gewünscht wurden auch Hilfestellungen, um das Angebot eigenständig und interaktiv erschließen zu können und die Originale für sich sprechen zu lassen.

Verbesserungspotenziale

- Beratendes Expert*innen-Gremium
 - Wohlfühl-Atmosphäre und Barrierenabbau
 - Entzerrung der Informationsfülle
 - Hilfestellung zum eigenständigen Erschließen und Methodenvielfalt
-





2.1. Worüber würdest du gerne mehr erfahren?

In der Diskussion zur zweiten Frage kam das Profil des Badischen Landesmuseums zur Sprache. Eine klare Ausrichtung des Hauses kann Identifikationspotenzial für Besucher*innen schaffen – Identifikation mit dem Museum stellt für einige Teilnehmer*innen einen wichtigen Grund dar, es zu besuchen. Dieser Umstand wurde durch die Frage, ob das Badische Landesmuseum eine Mission habe oder einzig eine Verwahranstalt für Objekte sei, verdeutlicht. Eine Teilnehmerin teilte mit, dass sie sich bislang nicht persönlich oder emotional angesprochen fühlte und erst durch den Workshop zum Besuch des Badischen Landesmuseums motiviert wurde.

Einige Teilnehmende interessierten sich für etwaige Kooperationen mit Schulen und der Einbindung der wichtigen Zielgruppe der Jugendlichen, die ihrer Meinung nach aktuell zu kurz komme. Es sei schade, dass für junge Menschen kaum Anreize geschaffen würden, die Neugierde wecken und zum Kommen einladen. Neben dem Bildungsauftrag des Museums wurde auch der marktwirtschaftliche Aspekt gesehen: Denn jene Besucher*innen, die in jungen Jahren im Museum eine gute Zeit hätten, kämen sicherlich wieder („Kundenbindung“). Gleichzeitig bestand ein großes Interesse an der Umsetzung zukünftiger Ausstellungskonzepte, der Informationsvermittlung und der Interaktion mit dem Publikum. Beispielsweise wurde angeregt, dass eine überarbeitete, aktivere Rolle des Aufsichtspersonals das Museumserlebnis über Ausstellungsinhalte, Führungen oder interaktive Stationen hinaus ergänzen könnte.

Für eine Kommunikation auf Augenhöhe mit der Öffentlichkeit wünschten sich die Teilnehmenden Transparenz in Bezug auf geplante Schritte und Entscheidungen des Sanierungsprozesses. Themen wie Kostenplanung, Begründung der Kosten, zukünftige Gebäudegestaltung, Ausstellungskonzepte und Aspekte der Nachhaltigkeit – wie Energie-Einsparungen und Klimaschutz – waren zentrale Punkte, für die sich die Teilnehmenden interessierten und bei denen sie mehr Einblick wünschten. Zudem wurde die Bedeutung der Barrierefreiheit sowohl des Museumsgebäudes und der Ausstellungen als auch des Webauftritts betont.

Verbesserungspotenziale:

- Klare Identität des Badischen Landesmuseums
- Kooperationen mit anderen Bildungseinrichtungen
- Zielgruppen überdenken/erweitern, v. a. in Richtung der jüngeren Generationen
- Transparente Kommunikation auch bezüglich interner Prozesse: Kostenplanung, Gebäudeplan, Barrierearmut, Energie-Einsparungs- und Klimakonzepte

2.2. Was fehlt aus deiner Sicht?

Frage 2.1 legte für einige Antworten auf Frage 2.2 bereits den Grundstein. Wie schon in der vorherigen Frage ersichtlich, sahen die Teilnehmenden das fehlende Mission Statement als großes Manko an. Besonders Erst-Besucher*innen fehle eine prägnante Message, die vermittelt, warum das Museum einen Besuch wert sei. Betont wurde außerdem die Notwendigkeit, den „Purpose“ bzw. die Zielstellung des Museums zu verdeutlichen: Warum gibt es das Badische Landesmuseum? Was hat das mit mir zu tun? Warum sollte ich hierher kommen? Durch einen emotionalen und klar kommunizierten Unique Selling Point (USP) könnten diese Fragen nicht nur beantwortet werden, sondern auch den Ausschlag zum letztlichen Besuch geben. Eine klare Selbstdarstellung wurde als unerlässlich angesehen, um Akzeptanz, Attraktivität und Partizipation zu fördern.

Des Weiteren wurde die mangelnde innerstädtische Präsenz des Museums angesprochen. Per se vernetzende Orte wie Bahnhöfe, Schulen oder Universitäten wurden als ideale Multiplikatoren gesehen, um neue

Zielgruppen anzusprechen und Hemmschwellen beispielsweise durch Infopoints abzubauen. Die Teilnehmenden regten an, Bezüge zum Bildungsplan zu schaffen, die klar auf den Unterricht abgestimmt sind. Da es momentan an speziellen Angeboten für verschiedene Bildungs- und Vorwissensgruppen mangle, sei es schwer, diese für das Museum zu gewinnen. Insgesamt sei es wichtig, spezifische Angebote für Kinder, Jugendliche und Berufstätige zu schaffen, um alle Lebensphasen abzudecken und das Museum zu einem Ort für alle zu machen. Auch Dinge, die zwar bereits im Gange sind, die jedoch nicht wirksam genug sind oder angemessen kommuniziert werden, werden folglich als Mangel wahrgenommen.

Um das Museum stärker in die Öffentlichkeit zu tragen, kam die Idee auf, „Botschafter*innen“ in der Stadt einzusetzen, die für das Haus werben. Veranstaltungsorte wie das Schaufenster Karlsruhe oder Großveranstaltungen, wie Das Fest, die Schlosslichtspiele oder vielfrequentierte Orte wie der BBBank-Wildpark oder das Ettlinger Tor Center sollten genutzt werden, um das Museum vorzustellen. In einer proaktiven Ansprache an ungewohnten Orten sahen die Teilnehmenden die Chance, nicht nur jene zu erreichen, „die sowieso kommen“. In Kooperationen mit dem KVV und Busunternehmen bestünde eine Möglichkeit, die Interimsstätte in Baden-Baden einzubeziehen und den Austausch zu fördern. Darin wurde auch ein klares Zeichen der Verbundenheit der ungleichen Häuser gesehen.

Verbesserungspotenziale

- Mission Statement und USP
 - Infopoints und Museumsbotschafter*innen auch an nichtmusealen Orten in der Stadt
 - Bezug zu schulischen Bildungsplänen
 - Kooperationen mit ÖPNV und Veranstaltungsmacher*innen
-



3. Wo siehst du die wichtigsten Handlungsbedarfe und wie würdest du sie priorisieren?

Die Teilnehmenden wünschten sich – wenig überraschend – ein Museum, das barrierearm, intergenerational, erschwinglich und klimaneutral ist. Außerdem solle es aber auch ein lebendiges und menschliches Museum sein, das Kooperationen mit Schulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen eingeht. Daran schloss sich auch der häufig genannte Wunsch, das Badische Landesmuseum als einen Ort des Zusammenkommens und des Wohlfühlens zu etablieren. Die Räumlichkeiten sollten zum Verweilen und aktiven Gestalten einladen und Angebote für alle Generationen, Herkünfte und Bildungsniveaus bereitstellen. In der Schaffung eines „menschlichen Museums“ mit freundlich-zugewandtem Personal sahen die Teilnehmenden einen weiteren Handlungsbereich, um den Besuch abzurunden. Dabei war den Teilnehmenden aber nicht nur das Miteinander verschiedener Zielgruppen, sondern auch deren Nebeneinander wichtig. Neben niederschwelligen und partizipativen Veranstaltungen wurde der Wunsch nach einem starken Gegenwartsbezug laut, um damit bei aktuellen Themen „die Wurzeln in der Geschichte“ aufzuzeigen. Auch ein Gleichgewicht zwischen digitalen und analogen Angeboten sei zu bedenken. Eine sinnfällige Wegeführung solle dem Besuch eine klare Struktur geben und die Besucher*innen alle Bereiche leicht erschließen lassen – und zwar in allen Sprachen, auch in leichter Sprache und Deutscher Gebärdensprache (DGS).

Ein weiterer konkreter Vorschlag umfasste eine proaktive Kommunikation zwischen dem Badischen Landesmuseum und der Stadtbevölkerung. Regelmäßige Livestreams, ein verstärkter Einsatz von Social Media und interaktive Formate, die die Umbauprozesse transparent machen sollen, wurden als Möglichkeiten gesehen, das Interesse während der Sanierungs- und Umbauphase wachzuhalten. Gleichzeitig wurde der Bedarf betont, die Kosten des Umbaus klar zu kommunizieren. Hier sollten die wirtschaftlichen und kulturellen Vorteile für die Stadt Karlsruhe und der Region im Vordergrund stehen. Das Museum könnte durch gezielte Events und Kooperationen, z. B. mit regionalen Partner*innen, als Ort der Begegnung gestärkt werden.

Ein großes Anliegen wurde darin formuliert, die Neugierde und Freude auf das zukünftige Badische Landesmuseum zu wecken. Deshalb dürfe es nicht einfach abtauchen, sondern müsse trotzdem präsent sein und seine Interimsspielstätten sichtbarer machen. Das *Museum X* im Erdgeschoss des *Museums beim Markt* war wenig bekannt unter den

Fazit

Teilnehmenden. Ideen wie ein „Open House“, interaktive Formate während der Bauzeit oder eine gezielte Einbindung der Bevölkerung wurden vorgeschlagen. So könnten Zwischenutzungen und Veranstaltungen in Karlsruhe oder Baden-Baden Menschen einladen, Teil des Wandels zu sein.

Die Teilnehmenden betonten, dass das Museum nicht nur kulturell, sondern auch ökologisch Vorbildcharakter haben sollte. Nachhaltigkeit und klimafreundliche Maßnahmen waren wichtige Schlagworte.

Explizit wurde noch einmal eine klare Kommunikation bezüglich der Vision und Mission des Hauses gefordert. Betont wurde die Notwendigkeit, den Unique Selling Point (USP) des Museums deutlich herauszustellen.

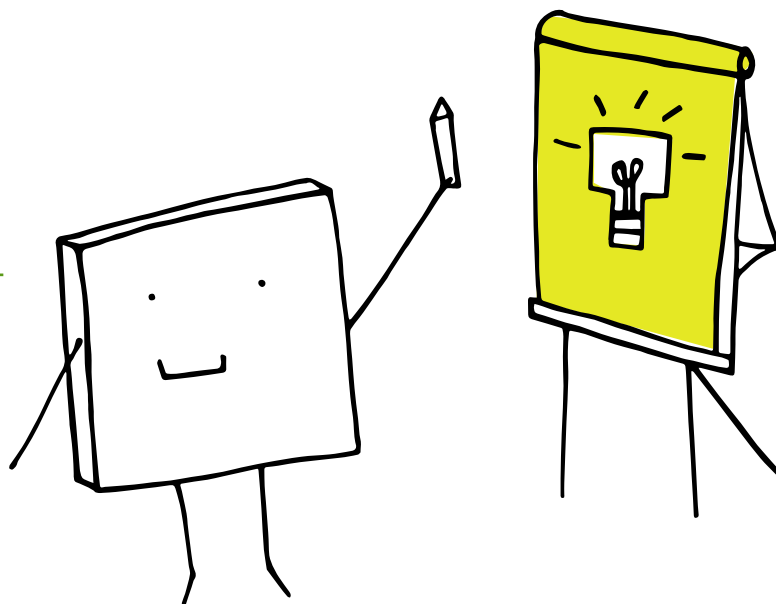
Der Workshop hat verdeutlicht, welches Potenzial in der Neugestaltung des Badischen Landesmuseums liegt: Es kann zu einem lebendigen Ort werden, der Menschen inspiriert, verbindet und begeistert. Als Wohlfühlort für alle Generationen und Lebensphasen würde es ebenso die Bedürfnisse der Einzelnen achten wie die Vielfalt der Gemeinschaft feiern und mit diesem Mehrwert einen sehr attraktiven Grund liefern, die wertvolle Freizeit hier zu verbringen. Den Schlüssel dazu sahen die Teilnehmenden dieses Workshops in einer ansprechenden, transparenten Kommunikation und einem Unique Selling Point, der die Identität des Museums prägnant und emotional vermittelt. Ein solch emotionales Anknüpfungspotenzial schafft Verbindungen, spricht Menschen persönlich an, inspiriert sie und lädt sie ein, das Museum als „ihren Ort“ zu erleben. Gerade in Zeiten des Wandels könnte das Badische Landesmuseum so ein kulturelles und soziales Zentrum werden, das Generationen zusammenbringt, Geschichten erzählt, die Vergangenheit und Gegenwart miteinander verknüpfen, Offenheit lebt sowie Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit und Neo-Ökologie stark macht.

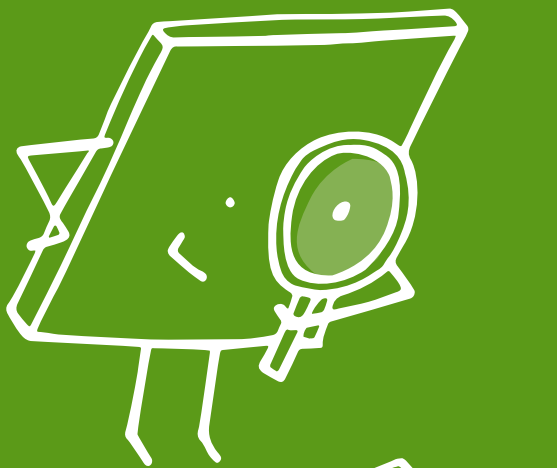
Gleichzeitig betonten die Teilnehmenden, wie wichtig es sei, das Museum barrierefrei, offen und zugänglich zu gestalten – sowohl physisch als auch inhaltlich. Eine transparente Kommunikation des Wandlungsprozesses, sichtbare Zwischenschritte und eine proaktive Einbindung der Öffentlichkeit können die Vorfreude auf das neue Museum stärken.

Das Badische Landesmuseum steht vor einer großen Chance: Es kann ein Ort werden, der Begegnung und Zusammenhalt fördert, in die Stadt und die Region ausstrahlt und als kultureller und gesellschaftlicher Mittelpunkt wirkt. Ein Museum für alle – heute und in Zukunft: lebendig, inspirierend und zukunftsweisend.

Verbesserungspotenziale

- Ein Ort der Begegnung und Vielfalt
- Ein inklusives und lebendiges Museum
- Proaktive Kommunikation und Einbeziehung der Öffentlichkeit in den Sanierungsprozess
- Begeisterung für das „neue Badische Landesmuseum“ schaffen
- Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit
- Klare Kommunikation der Vision und Mission





Anhänge





Impressionen der Abschlussveranstaltung:
Ein gemeinsamer Ausklang mit Gesprächen,
Musik und Snacks – als Wertschätzung für
Engagement und Ideen.



Dein Museum der Zukunft ist ...



Eindrücke der Abschlussveranstaltung – das sagt unser Mentimeter!

Ausblick

„Da war echt viel Musik – Zukunftsmusik – drin, aber auch viel Kompromiss.“

Dieses Statement eines Workshop-Moderators bringt zugleich die Herausforderungen und den Ertrag unseres großen Beteiligungsprozesses *Museum Mitgestalten* auf einen Nenner. Gemeinsam mit zahlreichen Bürger*innen haben wir uns Anfang des Jahres 2024 auf einen spannenden Weg gemacht. Uns so grundlegend mit Bürger*innen zur Zukunft des Museums auszutauschen, stellte trotz unserer Erfahrungen mit partizipativem Arbeiten eine große Herausforderung dar. Wir haben vielfältige, meinungsstarke und interessante Persönlichkeiten kennengelernt und nehmen durch die Workshops, aber auch die zahlreichen Einzelgespräche noch viel mehr mit, als in dieser gedruckten Zusammenstellung abbildbar ist. Gemeinsam haben wir diskutiert, gestritten, gelacht und über Kompromissen gebrütet. Die Ergebnisse liefern uns ein unschätzbar wertvolles Fundament, um am Badischen Landesmuseum der Zukunft zu arbeiten – und dabei immer wieder in den Austausch mit denjenigen zu treten, die das Museum beleben: den Besucher*innen.

Denn dieser Weg ist nie zu Ende. Die Gesellschaft entwickelt sich weiter und damit die Anforderungen an ein modernes Museum. In den kommenden Jahren haben wir in vielen Bereichen die Möglichkeit, bereits Erprobtes auf den Prüfstand zu stellen und Neues zu entwickeln. Die Perspektivenvielfalt, die wir in den Workshops als so bereichernd erfahren haben, wird uns in unserer Arbeit weiterhin prägen. Wir arbeiten dazu mit dem Zentrum für kulturelle Teilhabe (ZfKT) in internen Schulungen sowie einem Diversity Audit zusammen, um noch mehr über Bedürfnisse, Möglichkeiten und Perspektiven ganz unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen zu lernen. In einer dynamischen Kommunikationsgesellschaft wachsen wir als Bildungsinstitution über die Rolle des Vermittlers und Erklärers hinaus und nehmen immer mehr die Rolle des Lernenden und Zuhörenden ein. Deshalb wollen wir auch während der Sanierung des Schlosses im Gespräch bleiben. Schon früher haben wir die Bürger*innen gefragt, beispielsweise im Beirat des *Creative Collections*-Projektes oder in der Sonderausstellung *Die 80er*. Jetzt geht es sprichwörtlich ums Ganze.

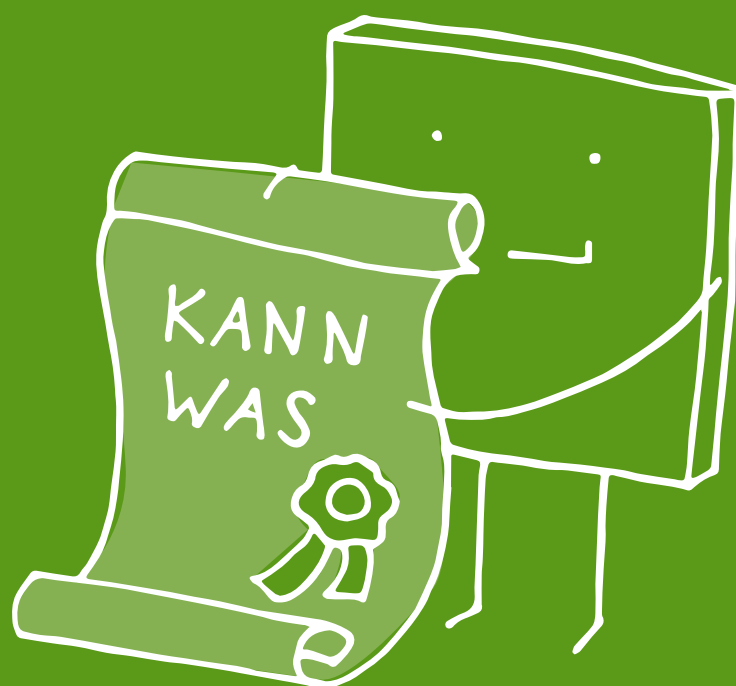
Ein stetig wiederkehrendes Thema in den Workshops war der Wunsch, sich wohl und willkommen zu fühlen und auf Augenhöhe angesprochen zu werden. Diesem Bedürfnis entgegenzukommen hat Auswirkungen auf alle Arbeitsbereiche des Museums. Welche Räume bieten wir an, um es Besucher*innen zu ermöglichen, zu lernen, sich auszutauschen, zu reflektieren, aber auch mal Seele und Beine baumeln zu lassen? Der Open Space *Luftschloss* war für uns ein Schlüsselerlebnis, auf das wir – zusätzlich inspiriert durch unsere Tagung zum Thema „Wohlfühl- und Erlebnissräume“ sowie positive Ergebnisse einer Evaluation – sehr gut aufbauen können. Ein zentrales Vorhaben unserer Planungen ist die Diversifizierung der Räume, die jeweils andere Besuchserlebnisse bieten sollen. Auch das Personal, das im Museum den Besucher*innen begegnet, spielt

eine entscheidende Rolle. Welche Personen brauchen die Besucher*innen im Museum der Zukunft, um räumliche und thematische Orientierung zu erhalten?

Natürlich sind für ein Museum auch weiterhin die Veranstaltungsprogramme und Ausstellungsgestaltung, die Vermittlungsangebote sowie die Kommunikation des Programms zentral. Wir möchten auch in Zukunft mit unterschiedlichen Themen und Fragestellungen experimentieren und unsere reichen Sammlungen immer wieder aus neuen gegenwartsrelevanten Blickwinkeln betrachten.

Das Verhältnis zwischen analogem und digitalem Museum war ein großes Thema in vielen Workshops – der Megatrend Digitalisierung wird die kommenden Jahre weiter prägen. Nachdem wir in den letzten Jahren in unterschiedlichen Projekten wertvolle Erfahrungen für digitale Zugänge zu unseren Sammlungen gewonnen haben, arbeiten wir in Zukunft daran, sie mit neuen Impulsen zu einem einladenden, intuitiven und sinnlichen digitalen Museumserlebnis zu formen. Ein eigenes Referat ist mit der Digitalen Vermittlung befasst und wird hier in den kommenden Jahren das Verhältnis von analog und digital gemeinsam mit der Kulturvermittlung austarieren.

Wir haben jetzt bereits viel gelernt und freuen uns, daran weiterzuarbeiten und eine möglichst breite Öffentlichkeit teilhaben zu lassen.



Dank

Dieses Projekt wäre ohne die Unterstützung zahlreicher Helfer*innen nicht möglich gewesen. Ein herzliches Dankeschön gilt all jenen, die es mit ihrem Engagement und ihrer Begeisterung zum Leben erweckt haben. Von ganzem Herzen möchten wir den Kolleg*innen danken, die sich in den Workshops eingebracht haben, die aufgebaut und organisiert und mit konstruktivem Feedback unterstützt haben.

Unser tief empfundener Dank gilt den engagierten Teilnehmenden, die ihre Gedanken und Visionen geteilt und den Prozess mit ihrer Kreativität und Offenheit bereichert haben. Ein ebenso großes Dankeschön geht an die Moderator*innen, die mit ihren inspirierenden Ansätzen einen fruchtbaren Boden geschaffen haben, auf dem Ideen wachsen und gedeihen konnten.

Ein besonderer Dank gebührt dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, das dieses Projekt maßgeblich ermöglicht hat. Ebenso danken wir dem Amt für Stadtentwicklung der Stadt Karlsruhe (Büro für Mitwirkung und Engagement), das uns auf diesem Weg begleitet und gestärkt hat.

Dieses Projekt war ein inspirierendes Miteinander, ein Zusammenspiel aus vielfältigen Perspektiven und Ideen, die sich zu einem lebendigen, gemeinsamen Bild gefügt haben. Es ist ein Beweis dafür, wie sehr Zusammenarbeit uns alle bereichern kann.

 **Baden-Württemberg
Ministerium für Wissenschaft,
Forschung und Kunst**

Badisches Landesmuseum

Schlossbezirk 10, 76131 Karlsruhe
landesmuseum.de
T +49 (0)721 926-6514
info@landesmuseum.de

Hinweise zu den aktuellen Öffnungszeiten
auf landesmuseum.de/service

Bitte beachten Sie: Der 28. September 2025 ist der letzte Öffnungstag im Schloss Karlsruhe. Danach gehen wir sanierungsbedingt in eine mehrjährige Schließzeit. Wir freuen uns, Sie im Museum beim Markt, im Museum in der Majolika sowie ab 2026 in der Staatlichen Kunsthalle Baden-Baden begrüßen zu können.

Impressum

Badisches Landesmuseum
Auflage: 500

Herausgeber: Badisches Landesmuseum
Direktor: Prof. Dr. Eckart Köhne
Kaufmännische Direktorin: Susanne Schulenburg
Konzeption & Projektleitung: Cristina Negele, Charlotte Nies
Redaktionsteam: Cristina Negele, Dr. Alexander Wolny, Juliane Zschitschick
Lektorat: Marvin Gedigk, Annette Kätsch-Hattendorf, Katrin Lorbeer, Dr. Alexander Wolny
Gestaltung: Danica Schlosser
Badisches Landesmuseum, Karlsruhe 2025

Die Texte dieser Publikation stehen unter der Lizenz CC-BY-SA 4.0
Die in dieser Publikation enthaltenen Fotografien mit Personen sind nicht Teil der Creative Commons-Lizenz. Jegliche Nutzung dieser Bilder erfordert die vorherige Zustimmung der abgebildeten Personen und gegebenenfalls der Rechte-Inhaber*innen.

Bildnachweise

ARTIS – Uli Deck: S. 4, S. 5, S. 6, S. 30, S. 38, S. 40, S. 41 links, S. 42 links, S. 43 links, S. 44 links, S. 45 links, S. 46/47, S. 54, S. 56–64, S. 72, S. 82
Badisches Landesmuseum: S. 12, S. 28, S. 32–37, S. 43 rechts, S. 45 rechts, S. 48, S. 50 oben, S. 51, S. 52 oben, S. 52 unten, S. 66, S. 67, S. 69, S. 74, S. 76, S. 77, S. 78, S. 81, S. 84, S. 85, S. 86
Badisches Landesmuseum, Thomas Goldschmidt: S. 41 rechts, S. 42 rechts, S. 44 rechts
Hannes Deutsch: S. 73
Frank Eidel: S. 31
Peter Gaul: S. 10, S. 14/15, S. 19, S. 20, S. 22, S. 24–27
Raphael Guillou: S. 7 links
Oliver Hanser: S. 7 rechts, S. 49 unten
Bruno Kelzer: S. 90/91
privat: S. 11, S. 55 oben, S. 55 unten, S. 65, S. 70, S. 83
projektbuero für kulturgestaltung: S. 21
Johannes Siebler: S. 39
SoulPicture: S. 49 oben
Manfred Steger, Pixabay: S. 8/9, S. 16, S. 23, S. 29, S. 50 unten, S. 53, S. 68, S. 75, S. 79, S. 87, S. 88, S. 93
mentimeter.com: S. 17, S. 92

