

# Nachwuchsarbeit im Museum

Was kann man darunter verstehen und wie stellt man sich darauf ein? Einige systematische Betrachtungen und Erfahrungen

Dr. Kenneth Anders, Programmleitung Oderbruch Museum Altranft



## Was ist ein Museum – als soziale Form betrachtet?

Ein Museum ist eine Kulturinstitution,

in der sich **Menschen** mit einem bestimmten Aspekt der Wirklichkeit beschäftigen,

der sich in sachkulturellen Zeugnissen (Objekten)

oder symbolischen Formen niedergeschlagen hat.



Dabei handelt es sich immer um **mehrere Menschen**, denn selbst ein Museum, das nur von einer Person betrieben wird, richtet sich an andere, die der Arbeit durch ihre Wahrnehmung Sinn verleihen (andernfalls wäre es eine Privatsammlung).

Diese Menschen konstituieren das Museum in **unterschiedlichen Rollen**.



Sprechen wir von den Menschen eines Museums, müssen wir deshalb unterschiedliche Formen der Mitwirkung in Augenschein nehmen:

- durch betriebliche Mitarbeit
- durch freiberufliche Mitarbeit
- durch ehrenamtliche Verantwortung (Vereinsmitglieder, Vorstände, Beiräte)
- durch ehrenamtliche Mitwirkung
- durch den Besuch des Museums bzw. seiner Veranstaltungen
- durch die Schenkung von Sammlungsgut
- durch kulturpolitische Unterstützung (z.B. Finanzierung der Kommune)
- durch Kooperation (Schulen, Unternehmen)

**Alle diese Bereiche benötigen Nachwuchs.**



Bei der Diskussion über Nachwuchsbindung und -schaffung wird i.d.R. nur an die **betriebliche Mitarbeit** gedacht.

Zwei Wege:

- über den Arbeitsmarkt
- aus dem sozialen Umfeld des Museums

Der Arbeitsmarkt „liefert“ Nachwuchs auf der Basis eines Ausbildungssystems und durch Menschen, die bereits Berufserfahrung an anderen Museen sammeln konnten. Hier ist nur bei sehr großen Museen Nachwuchsarbeit möglich.



Vor allem in Museen in ländlichen Regionen ist das **soziale Umfeld für die Nachwuchsentwicklung** entscheidend. Neue Mitarbeiter „wachsen“ dem Museum aus dem Umfeld zu, z.B.

- Werkstattleiterin wird Mitarbeiterin
- Cafeteria-Betreiberin hatte Stand auf dem Weihnachtsmarkt
- Bewerberinnen aus dem Umfeld beobachten das Museum längere Zeit, bevor sie sich melden
- Ein Student realisiert ein Praktikum am Museum, wird anschließend Lehrer und Kooperationspartner



Um diese Effekte nutzen zu können, müssen alle genannten Felder bespielt werden.

Das Museum versteht sich also als sozialer Organismus (als **System**), der auf vielfältige Weise mit seiner lokalen und regionalen Gesellschaft (**Umwelt**) interagiert.

Aus dieser Interaktion entstehen **Beziehungen**, die letztlich Nachwuchs in allen genannten Bereichen fördern.

Die Beziehungen haben interpersonalen Charakter, d.h. es geht um **Vertrauen, Inspiration und Kooperation** zwischen konkreten Menschen.

Einige Beispiele:



**Zusammenarbeit mit Freiberuflern:**  
Werkstattangebote mit freien Künstlern  
und Handwerkern: Ideen, Projekte,  
Produkte (Filme), neue Kontakte



**ehrenamtliche Besucherbetreuung:**  
Komplexität und Verantwortung



**Besuch wird tradiert,**  
weitergegeben empfohlen und  
vermittelt:

Das Museum selbst regelmäßig  
nutzen und seine Familien und  
Freundeskreise dazu einladen



## **Bedeutung der Angebote für Kinder:**

Einmal dort gewesen zu sein (vgl. Wanderoper) = Senkung der Schwelle



## Heimatarbeit:

Die Arbeitsweise des Museums selbst vermitteln.

Ehrenamtliche Hilfe und über 100 Wirtschaftspartner





**Netzwerk der Kulturerbe-Orte:**  
Nachwuchsarbeit frühzeitig  
thematisieren, als  
Arbeitsgegenstand kenntlich  
machen  
Größte Defizite in diesem Bereich



**Sammlung als sozialer Prozess:**

Menschen, die bei Objekten an das Museum denken und es anbieten – auch wenn es Arbeit macht und nicht immer erfolgreich übernommen werden kann



**Kommunikation mit der kommunalen Selbstverwaltung tradieren:**

Auf Dauer keine Aufgabe der externen Fürsprache sondern eine der Involvierung kommunaler Verantwortungsträger in Fachgesprächen, Veranstaltungen und beim Wissensaufbau



**Gewinnung neuer potenzieller  
Verantwortungsträger:**

Kleiner Verein, Förderverein hat  
sich aufgelöst)

Vorsichtige Erweiterung der  
Mitgliederbasis

Vorstand aus eigenen Reihen

Programmbeirat aus eigenen

Reihen mit neuem Profil.

Idee: Fähmannprinzip einer

Bürgerschaft für kulturelle

Regionalentwicklung



## Was machen Neuzugänge mit dem Museum, was verändert sich?

Mit jedem neuen Menschen verändert sich der soziale Organismus. Profile müssen den Fähigkeiten angepasst werden, dadurch müssen sich alle anderen auch verändern.

Bsp.

- Öffentlichkeitsarbeit.
- Besuchsverhalten und Erwartungen

Museen können durchaus Nachwuchs für die eigene Einrichtung erzielen, leisten zunächst einen Beitrag für die Offenheit und das Interesse gegenüber der Museumskultur überhaupt.



**Fazit:**

Verantwortung weiterzugeben ist eine Beziehung, nicht eine Last.

Nachwuchsarbeit ist deshalb am erfolgreichsten, wenn sie indirekt erfolgt.

## Beschäftigungsinstrumente: Was funktioniert, was funktioniert nicht?

- Praktikum
- FSJ
- Volontariat
- BUFDi





**Vielen Dank!**

## **Arbeitsgruppen, um über Erfahrungen ins Gespräch zu kommen:**

1. Studierende der Fachhochschule Potsdam - Nachwuchs für Brandenburgs Museumslandschaft!?, Prof. Dr. Julia Glesner, FH Potsdam, Studiengang Kulturarbeit (Moderation Anke Pätsch)
2. Engagierte fürs Ehrenamt gewinnen und halten. Wie gelingt's? Steffi Wiesner, Ehrenamtsagentur Potsdam-Mittelmark (Moderation Kenneth Anders)
3. Kloster AG. Kinder fürs Museum begeistern, Franziska Siedler, Kloster Chorin (Moderation Lars Schladitz)
4. Unterstützung gebraucht. Bundesfreiwillige in den Städtischen Sammlungen Cottbus/Chósebuz, Robert Büschel, Städtische Sammlungen Cottbus (Moderation Maria Schultz)
5. Ehrenamt inklusiv. Geht gemeinsam richtig gut. Wika Schöne, SEKIZ e.V. Potsdam (Moderation Babette Weber)