



**28. Steirischer Museumstag =  
1. virtueller Steirischer Museums(vormit)tag 2021  
RAUM DER MÖGLICHKEITEN @ MUSEUM**

**Ergebnisse der Breakout-Rooms (Arbeitsgruppen)**

**A 01 Museen werden Identitätsstifter genannt**

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Natalia Frühmann

Was müssen wir über unsere Communities / unsere Zielgruppen wissen, um identitätsstiftend wirken zu können?

Und wie erfahren wir, was wir wissen müssen?

- Mit den Zielgruppen im Gespräch bleiben
- Herausfinden wozu ein emotionaler Bezug besteht
- Fotos Sammeln und aufarbeiten
- Zielgruppen in Projekte mit einbinden, wie z.B. Zeitzeugen Interview
- In z.B. Schulen gehen und fragen "was bewegt euch", "was würdet ihr euch von einem Museum wünschen?"
- Museen als offene Räume der Diskussion und der Begegnung
- Begegnungscafé, in dem sich Menschen verschiedenster (sozialer) Herkunft treffen und sich gegenseitig ihre Standpunkte und Erleben erzählen
- „Alt trifft jung“: Austausch, z.B. Geschichte gegen Social Media Skills
- Mit konkreten Fragen und Themen auf die Menschen zu gehen
- Wichtig sind klar definierte Fragestellungen
- Vorhaben und Ziele der Projekte definieren und kommunizieren, den Zielgruppen schon vor der Eröffnung erzählen was geplant ist, um sie gegebenen Falls mit ein zu beziehen
- Museum, ein Ort wo Meinung zählt!
- Aus dezidierten Zielgruppen können sich viele weitere ergeben- im Gespräch bleiben ist das Wichtigste
- Immer wieder neue Themenschwerpunkte setzen
- Die Möglichkeit schaffen um gemeinsam Projekte zu erarbeiten
- Kurse/Workshops anbieten die ganz genau auf bestimmte Zielgruppen abzielen z.B.: für ältere Generationen Geschlechter getrennt. Diese Projekte sollten auch von "älteren" für „ältere“ angeboten werden, da so eher eine barrierearme Kommunikation gewährleistet ist.
- Vereine offen ansprechen und gezielt einladen
- gemeinsame Projekte - wie z.B. alte Briefe und Kochbücher lesen, die in Kurrent geschrieben sind.
- Die Zielgruppe zwischen 20 und 50 kommt nur ins Museum wenn man ihnen Themen liefert die ihr Leben betreffen. z.B. Klimawandel, Preisgestaltung von Lebensmittel
- Identität schaffen, durch regionale Identifikation mit Vergangenheit und Gegenwart: „Unsere Heimat“, „Unsere Rauchstube“, „Unsere Trachten“
- Die eigene Heimat kennenlernen durch den Museumsbesuch

## A 02 Museen brauchen soziale Kompetenz

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Astrid Perner

Was kann das für ein Team bedeuten?

Wie kommen wir dorthin?

Wie äußert sich soziale Kompetenz in der Kulturarbeit?

- Willkommen fühlen - Referenzpunkte schaffen - Teilhabe
- Vermittlungsprogramme für Menschen mit Beeinträchtigungen
- Zielgruppen definieren
- Trotzdem: alle Menschen werden repräsentiert, "gesehen", Museum für alle
- Ort des Austausches aller Altersgruppen
- Museum lässt wachsen und wächst, heißt alle willkommen
- Museen als Spiegel für und an die Gesellschaft - Museen als Plattform gesellschaftlichen Wandels
- Museum - Raum für Reflexion - eigene Vergangenheit hinterfragen
- Inklusiv, intergenerativ, demokratisch
- Barrierefreiheit gewährleisten soweit möglich
- Social Media als Teil der sozialen Interaktion
- "Social Engagement" – Informations- und Meinungsaustausch auch mittels digitaler Techniken
- Unterschiede aufzeigen- Gleichwertigkeit betonen - Verbindendes unterstreichen
- an Themen vielschichtig heranzuführen – multisensorisch – sinnliche Erfahrungen fördern
- integrativ im Museum arbeiten, Barrieren baulich und im Verständnis abbauen
- Problem- und Konfliktfelder ohne Scheu "anschauen"
- „offen“ – wörtlich und im übertragenen Sinne
- Textierung: leichte Sprache, Schrift, Leserlichkeit, Gestaltung etc.
- junge Zielgruppen: soziale Kompetenz in Vermittlungsprogrammen näherbringen
- Soziale Kompetenzen als Schlüsselqualifikationen - auch für Museen und ihre Mitarbeiter
- Leitungsfunktion in diesem Kontext ganz wichtig und deren soziale Kompetenz
- "Social impact", „Social value" generieren indem man auch als Museum soziale Verantwortung übernimmt

## A 03 Museen mit der Gemeinschaft

Gruppenleitung: Hannes Köck

Museen sollen nicht nur für die sondern mit der Gemeinschaft / der Öffentlichkeit arbeiten.

Welche Erfahrungen haben wir dazu?

Welche Wege können wir mit unseren Mitteln beschreiten?

- Niederschwellige Aktivitäten setzen, sind erste Schritte:
- Projekt mit dem Altenwohnheim
- Projekte mit Schulen
- Projekte mit unbegleiteten Minderjährigen
- Aktionen mit Menschen mit besonderen Bedürfnissen
- Schulen ansprechen und Projekt Sonderausstellung durch Beteiligung von Schüler\*innengruppen.
- Gröbming – Sammlung im eigenen Haus „quer“ durchforsten auf neue Themen hin
- Postmuseum Eisenerz - Ausstellungen Sport ; Wassermannkinder, Themen mit Breitenwirkung
- Geschichte nicht nur aus den eigenem Blickwinkel sehen, offen für Blick von außen.
- Aufruf zur Mitarbeit im Museum – Aktive Beteiligung, näher an den Menschen sein.
- Dennoch ist es eine Herausforderung, unter den gegebenen Bedingungen mit geringen Mitteln und Ressourcen über den "normalen" Museumsbetrieb diese Themen unterzubringen.

## A 04 Die Bedürfnisse der Zielgruppen bestimmen das Leistungsangebot

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Eva Fürstner

Museen sollen ihr Leistungsangebot an den Bedürfnissen der Gemeinschaft / der Zielgruppen / der Öffentlichkeit ausrichten.

Wir sammeln, bewahren, vermitteln, präsentieren.

Doch welche Leistungen können wir mit unseren Möglichkeiten außerdem für die Öffentlichkeit anbieten?

Wie erfahren wir mehr über Bedürfnisse?

- **Ähnliche Anforderungen Museen – Bibliotheken:** Wie gelingt eine Bibliothek für alle? Diversität als Thema in Museen und Bibliotheken: Welches Angebot kann man welchen Gruppen machen?
- **Ähnliche Anforderungen** könne man auch in den Bereichen **Museen und Erwachsenenbildung** sehen: Partizipation und Genuss ist bedeutend
- Wichtig sei es, **einfache Fragen** zu stellen, z.B. Kindern: Wann ist für euch das Museum attraktiv? Was wollt ihr?
- **Einbindung von Freiwilligen** als wichtige Möglichkeit und auch an jene denken, die eher nicht ins Museum gehen, diese zur Mitarbeit an Ausstellungen einladen
- **Spezielle Angebote:**
  - Beispiel: Projekt zum **Thema Demenz** mit einem therapeutisch-medizinischen Ansatz
  - Beispiel für ein gelungenes spezielles Angebot: Es wurde ein **Deutschkurs entwickelt, der sich mit Ausstellung beschäftigt**, der über längeren Zeitraum stattfand. Methode: Objekte von Teilnehmer\*innen ausgesucht, die dann aus ihrer Perspektive darüber gesprochen haben! Zu einem späteren Zeitpunkt wurde das wieder aufgegriffen - längerfristiges Angebot
  - Beispiel: **Ausstellung über Tätowierung** - neues Publikum wurde erreicht, das sonst eher nicht ins Museum geht, weil gleichzeitig zur Ausstellung die Tattoo Convention-Messe stattfand. Mit dem Angebot der Ausstellung über Tätowierung wurden viele angelockt.
  - Beispiel: **Besucher\*innen Objekte erklären lassen**, Aufrollen der Gleisdorfer Stadtgeschichte mit Worten der Teilnehmer\*innen
  - Beispiel: **Frauen-Café** Gleisdorf: bunt gemischte Gruppe, primär kein Bezug zur Stadtgeschichte, zu 100 Jahre Gleisdorf vonseiten z.B. der Serb\*innen - völlig neue Aspekte, neue Blickpunkte tun sich auf für seit langem ansässige Gleisdorfer\*innen
  - Beispiel: Anfrage von einer blinden, taubstummen Person, durch das Museum geführt zu werden – konkretes Nachdenken über **besondere Bedürfnisse**, Austausch über Klopffzeichen
- **Bedürfnisse von älteren Menschen:**
  - Gute soziale Netzwerke, Treffpunkte und Möglichkeit, sich selbst aktiv einzubringen, selber Impulse zu setzen, Menschen verschiedener Generationen zusammenbringen

- Senior\*innen-Bildung (Publikation ALTERN IM LÄNDLICHEN RAUM), Ältere nicht im Stich lassen, aktives Altern, aber auch Bewusstsein dafür entwickeln, dass nicht alle erreichbar sind.
- Altersdiskriminierung findet nicht in Bibliotheken statt.
- **Thema Migration:**
  - "Problem" - Sichtweise reflektieren: Wer hat das Problem?
  - Familienforschung zeigt immer wieder, dass es in jeder Familie Migration gibt? Daraus ableitend könnte die Frage stehen: Welche Sprachen könnte ich können, wenn ich sie weitergegeben bekommen hätte?
  - Roma-Tag: Kein Roma-Problem, ein Rassismus-Problem – Definitionen überdenken
  - Flüchtlinge aus anderen Kulturkreisen einladen, Museen zu besuchen, eine Ahnung zu vermitteln, wie die Menschen hier „ticken“ - Reaktionen sammeln, Austausch: Erfahrung mit dem anderen teilen, anders Fragen stellen, auch für das Hauptpublikum spannende neue Ansätze und Impulse liefern
  - Museum ist jedoch an sich keine Therapie-Einrichtung, kann jedoch therapeutische Wirkung zeigen, durch die Kontaktaufnahme, Aufforderung zur Mitarbeit

## A 05 Unsere stärkste Kompetenz: Sammeln

Gruppenleitung: Mag. Heimo Kaindl

Was bedeutet die Forderung, unsere Sammlungen durch „diverse“ Linsen zu betrachten? Was können wir daraus schaffen?

- Die Sammlung ist Basis des Museums
- Aura des Originals
- Originale sind nicht zu ersetzen
- Originale werden auch weiterhin gebraucht. Aber: Originale werden anders sein!
- Brauchen wir zukünftig verschiedene Brillen, wenn wir sammeln?
- Änderung des Blickwinkels, ändert den Blickwinkel des Sammelns
- "Lagerstätten" sind das eine, Vermittlungsarbeiten das andere, aber beide sind zentral wichtig!
- 
- Wie zeigt sich Verschiedenheit in Sammlungen
- Umstellung der Sammlungstätigkeit: Objekte, Wahrheitsgehalt, ...
- Möglicherweise übersehen wir Dinge...
- Das Original spricht in einer "Ewigkeit" zu uns und erlaubt uns, immer wieder neue Fragen zu stellen!
- Wir interpretieren Vergangenheit. Wie interpretieren wir Gegenwart?

## A 06 Museen sind sichere Orte

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Evelyn Kaindl-Ranzinger

Was bedeutet das eigentlich, auch lange nach „Corona“?

Was sollen und können wir anbieten, um für alle als sichere Ort zu gelten?

Wie fühlen sich Menschen mit ihren Bedürfnissen willkommen und geachtet?

- Um sich sicher und angenommen zu fühlen, braucht es Vertrautheit, angenommen sein im Wissen, wer und wie man ist.
- Wir müssen unsere Zielgruppen kennen!
- Diversität bedeutet auch alle Altersgruppen, soziale Gruppen, Einheimische
- Bevölkerung weiß teils gar nichts über das und vom Museum
- Menschen richtig "abholen"
- Sprachbarrieren überdenken und Schritte setzen
- Technik oder Medieneinsatz reduziert Schwellen
- Besucher\*Innenstatistik auch mit Details erfassen, um mehr zu wissen
- Um "neue" Menschen zu erreichen, Kontakt mit Vertretungsgruppen, Vereinen
- Kontakt zu Lebenshilfe, Integrationsfonds, Vertretungen pflegen und gemeinsame Projekte initiieren.
- Besondere Bedürfnisse der Menschen kennen und immer mitdenken
- Teilhabe für alle, die wollen – wir müssen Schritte setzen, um aktives Beteiligen zu ermöglichen - teilhaben am Geschehen im Museum
- Zusammenarbeit mit den Menschen, für die wir arbeiten
- Diversität im Personal mitdenken
- Wir müssen unsere Sammlungskonzepte überdenken und in den Sammlungen auch die Vielfalt der Gesellschaft spiegeln, Inklusiv sammeln, ebenso wie Gegenwart umfassend sammeln.
- Nur so schaffen wir Identifikation, Interesse, Betroffenheit und letztlich ein Gefühl von Sicherheit durch Verstehen..
- Beteiligung an gesellschaftspolitische Aktionen, wie etwa Orange the World oder Fridays for future bedeutet, Haltung einzunehmen! Haltung schafft Aufmerksamkeit, Respekt, Klarheit und Glaubwürdigkeit.

## B 01 Museen verstehen sich als Bewahrer der Vergangenheit

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Natalia Frühmann

Was können wir dennoch zur Diskussion beitragen, wie wir zukünftig leben wollen?  
Welche besonderen Kompetenzen haben wir für die Entwicklung von Visionen?

- Museen sind Orte der Begegnung, des kritischen und öffentliche Auseinandersetzung
- Museen als Zentren für das Schließen von Partnerschaften und Kooperationen
- Je größer die Einbindung der Bevölkerung ist, desto mehr Visionen können gehört und verwirklicht werden
- Museen sollten das Bild einer positiven gemeinsamen Zukunft zeigen und nicht immer nur die absolute Dystopie
- Positive Entwicklung durch die Covid Situation - Es kommen wieder mehr Einzelpersonen, weil man froh ist etwas außerhalb der eigenen vier Wände machen zu dürfen.
- Mit dem Focus auf die "Bewahrung der Vergangenheit" fehlen die Zukunftsperspektiven. Es geht um Rückschau, nicht um Rückzug  
Identifizierung ist wichtig: "was verbindet mich mit den Ausgestellten"? "Was sagt es mir über mich meine Vergangenheit und Zukunft aus?"
- "Blasmusik zieht an!" - Wie kann man Tracht in den heutigen Alltag beziehen? (Impulsfrage, die in der Gruppe besprochen wurde)
- Jugend in das Museum einbinden. Themen und Projekte selber erarbeiten lassen, ihnen Verantwortung übertragen
- Wie können Gemeinden mehr in die Entwicklung von Museen eingebunden werden?
- Kompetenzen über Kursangebote, wie z.B. Kurrentlesen lernen, steigern
- Wie haben sich die Traditionen verändert? Hat sich der soziale Status verändert? → Könnten Fragen sein die Museen anregen ihre Kompetenzen zu nutzen. Z.B. „Was es früher bedeutet beim Blasmusikverein dabei zu sein? Was bedeutet es heute? Seit wann sind Frauen erlaubt?“
- Man kann an Hand von persönlichen Geschichten Identifizierung zu Regionalmuseen schaffen
- Über Bürger\*innenbeteiligung kann gezeigt werden dass ALLE ihre Umwelt mit gestalten können



## B 02: Museen und Nachhaltigkeit

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Evelyn Kaindl-Ranzinger

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ ist überall zu hören und Gebot der Stunde.  
Was bedeutet für unsere tägliche Arbeit diese Nachhaltigkeit?  
Wie können wir sie leben, vorleben, gesellschaftswirksame Schritte setzen?

Wir können auf unterschiedlichen Ebenen ansetzen:

Innen:

- Bibliotheken: Diskrepanz zwischen Haltbarkeit und Umweltbewusstsein, vor allem beim Thema der Inventarisierung (Einband, Nummernkleber etc.).
- Bei Ausstattung: Auf Qualität achten und gut kooperativ planen!!!
- Weiterverwendung von "Restmaterialien"
- Müll weiterverwerten - evtl. Altstoffsammelzentren als Materialressource nützen (wo rechtlich möglich)
- Vitrinen-Börse des Museumsbundes ab Oktober online
- Weitergabe von Ausstellungen, die transferierbar sind.
- Ausstellungen zum "Selbstausrücken" Mit eigenen Objekten bestücken, ...
- Do-it-yourself-Ausstellungen aus dem Naturhistorischen Museum:
- <https://www.aam-us.org/2021/03/05/do-it-yourself-exhibits-how-the-national-museum-of-natural-history-created-a-new-model-for-reaching-people-in-their-communities/>
- Internes Management: Österreichisches Umweltgütesiegel - Erfolgsfaktor und Glaubwürdigkeit: Team trägt mit
- Unterstützung durch erfahrene Organisationen nützen: NHM kann ideell unterstützen.

Außen:

- Raum geben für Thema Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeit auch als Ausstellungsthema in den Mittelpunkt stellen.
- Das eigene Nachhaltigkeitshandeln nach außen tragen.
- Ausstellungen und Interventionen, in der Sammlung oder auch außer Haus, Öffentlicher Raum
- Mit Initiativen und Organisationen vernetzen
- Schwellenängste, Barrieren hindern am "Museum für alle"

## B 03: Museen als Dritter Raum

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Eva Fürstner

Museen als dritter Raum, als Raum für Freizeit und sinnvolle Lebensgestaltung.  
Wie können wir Raum schaffen, um das zu ermöglichen?  
Was brauchen wir dazu, um dies zu institutionalisieren?

- **Soziale Medien als dritter Raum** - existiert schon:  
Man müsste die **Menschen herausholen**, dort wird gesprochen über Vergangenheit, Heimat, viele Inhalte sind dort abzuholen und sollten in Institutionen gebracht werden, z.B. Gibt es die fb-Seite: "Vintage Ausseerland" - sollte auch analog passieren an einem Ort in regelmäßigen Abständen, speziell in Sachen Geschichte, müsste man stark in die Sozialen Räume gehen – Menschen anbieten, ihr Material beizusteuern, Material müsste jedoch auch dort hinein bringen – zweigleisig
- **Was ist wichtig:**
  - **Einbindung von politischen Verantwortungsträger\*innen**, also Bürgermeister\*innen (und in den Gemeinden institutionalisieren)
  - **Einbindung von Soziolog\*innen, Psychotherapeut\*innen**
  - **Partizipation**
  - **Kooperationen**
  - **Aktuelles Beispiel Corona-Pandemie:** Material wird schon gesammelt, Zusammenarbeit und wissenschaftliche Aufarbeitung ist wichtig, Sammlung sollte uninterpretiert bleiben (sich selbst außen vor lassen) Wegwerfbereich - Leute anregen, auch innerhalb der jüngeren Vergangenheit 20-30 Jahre zu sammeln.
  - **Regionales Raster erschließen**, rechtliche Probleme müssen geklärt werden, Material muss zu Leuten gelangen, die es erschließen können, zum Teil existiert schon viel Material und auch Info zu den Materialgeber\*innen, z.B. Der Aufruf zum Sammeln von Super8-Filmen
  - **Dezentrales Depot** – auf Abruf = Objekte bei Materialgeber\*innen aufbewahren und Info darüber (Exponate auf Abruf bereit)
  - **Partizipation:** Bedürfnis vieler, sich über Objekte aus persönlicher Vergangenheit, auszutauschen; Zusammenspiel an Information geht ins Objekt hinein - vermittelbar in Ausstellungen, freies Einbringen der Besucher\*innen – Mut der Museumsteams, nicht alles verwendbar
  - **Interviews** als wichtiges Material.
  - **Wahrnehmung von Zeitabschnitten, von Geschichte:** Verhalten kaum „dokumentiert“, es gibt Fotos, aber alltägliches Verhalten, erfordert aktive Vermittlung, Zeitabschnitte - komprimierte Zeit – Bsp. Zweiter Weltkrieg im Vergleich zur Corona-Zeit, weitere besondere Zeitabschnitte erfragen, z.B. 80er Jahre – Aids; Verhaltensmuster und Versuche, diese zu dechiffrieren, Bewusstsein über eigenes Verhalten könnte eine spannende Ausstellungsidee sein
- **Positive Zukunftsszenarien** im Museum wichtig!
- **Museum als dritter Ort im Vorbeigehen, von der Arbeit nach Hause = schöne Idee**

## B 04: Museen ohne reale Sammlungen?

Gruppenleitung: Mag. Heimo Kaindl

Eine neue weltweite Museumsdefinition ist im Werden.

Der Trend geht in Richtung einer gesellschaftsrelevanten, demokratischen Organisation, die Lernen und Diskurs ermöglicht.

Ist in der Zeit des Überflusses und der Digitalität die klassische Sammlung überflüssig geworden? Brauchen wir einfache materielle Sammlungen noch?

- Digitalisierung ist Demokratisierung des Museums
- Digitale Sammlungen braucht es zum Zeigen, was es überhaupt alles gibt
- Digitale Vermittlungsformen sind ein Weg des Aufmerksam-Machens auf originale Objekte
- Digitalisierung ermöglicht andersartige Inszenierungen
- Digitale Archive sind eine Ergänzung zur realen Sammlung
- reale Objekte gewinnen durch die digitale Welt an Wert
- Originale sind "Beweisstück" - tatsächlich vorhanden
- Realität hat ganz andere Qualität als Abbildung
- reale Objekte sind die Basis und Inspiration, auch für die Zukunft
- "Dritte Ort" als Berührungspunkt mit Originalen
- Aber: Deakzession muss sein!
- Deakzession bringt möglicherweise Vertrauensverlust durch Geschenkgeber
- Real und digital nicht gegeneinander ausspielen - Ergänzung!

## B05 Museen als relevante Orte

Gruppenleitung: Mag.<sup>a</sup> Astrid Perner

Eine neue weltweite Museumsdefinition ist im Werden.  
Vieles hat sich geändert, das Selbstverständnis des Museums ist im Wanken.  
Wie können Museen – regionale, kommunale, kleine Häuser – auch in Zukunft noch relevant sein und wie sieht die Rolle des Museums in der Region 2050 aus?

- Leitbilder müssen ständig überdacht werden, überarbeitet werden
- Grundlagenarbeiten - Inventarisieren... Arbeit hinter den Kulissen konsequent betreiben und wertschätzen sowie öffentlich machen
- Generationenwechsel in den Leitungsfunktionen als Herausforderung – Paradigmenwechsel im „Alltagsbetrieb“
- Verstärkt Aufbruch "alter Strukturen"
- Nicht statisch sein
- Hauptamtliche Mitarbeiter zur "Qualitätssicherung" in der Museumsarbeit
- Museum verstärkt ein sozialer Begegnungsort, kein „Edutainment“, sondern persönliche und soziale Interaktion
- Partizipative Projekte
- Sammlung immer in Bezug zu Lebenswelt setzen – gesellschaftspolitisch relevant sein - aktuell sein
- Wertigkeit "beweisen müssen" als dauerhaftes Problem -leisten sich Kommunen künftig noch ein Museum?
- (Corona)Krise als Katharsis - Auswirkungen?
- Objekt - Sammlung = Kern(geschäft) des Museums, heute und in Zukunft
- Aura des Originals kann auch vom Digitalen nicht nachempfunden werden – keine Angst vor Digitalisierung, sie birgt Möglichkeiten der Zugänglichkeit, baut Barrieren und Berührungängste ab, besonders in Bezug auf jüngere Generationen
- Diskussion und persönliche Erfahrungen der Gruppe: Sammeltätigkeit heute - was zeige ich 2050 im Museum?
- Objekte als konstante Referenzpunkte, nur die Fragen daran ändern sich
- ICOM Definition "neu" – bitte klarer Museumsbegriff, Kernthemen klar formulieren, nicht verwässern

## B 06 Museen als neutrale Orte

Gruppenleitung: Hannes Köck

Ein Museum ist ein neutraler Ort des Sammeln und des Wissens.  
Ist es das? Kann ein Museum überhaupt neutral sein, muss es nicht Position beziehen? Muss ein Museum auch gesellschaftspolitisch sichtbar sein? Und wie weit darf es gehen?

- Wichtig für Verständnis und Interpretation: Wer spricht im Museum ?
- Gesellschaftlich neutral sein ist nicht möglich sondern individuell
- Positionierung ist wichtig um einen Dialog anzuregen.
- Oft werden unreflektierte Positionen nach außen getragen
- Haltung und Mut sollte gegeben sein – Allerdings ist die Gratwanderung angesichts von Abhängigkeiten und Verantwortungen.
- Betreiber von Regionalmuseen, z.B. Gemeinden haben Einfluss auf die Tätigkeit – Sachzwänge, Politik, ...
- Ideen, um die eigene Bevölkerung anzusprechen, gezielt zum Diskurs einladen
- Neutralität des Sammelns? Kann sammeln neutral sein?
- Es braucht unbedingt ein Konzept
- Mehrwert des Museums hervorheben
- Resonanz von außen