



Basisanforderungen

**für die Bewerbung um das
Museumsgütesiegel Niedersachsen
und Bremen**

Impressum

*Museumsgütesiegel in Niedersachsen und Bremen
Ein Projekt des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur (MWK), des
Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen e.V. und der Niedersächsischen
Sparkassenstiftung*

BASISANFORDERUNGEN

*Die Basisanforderungen des Museumsgütesiegels Niedersachsen / Bremen wurden auf der
Grundlage: der Standards für Museen, Deutscher Museumsbund / ICOM-Deutschland, Kassel /
Berlin 2006 entwickelt (www.museumsbund.de).
Die einzelnen Abschnitte des Fragenkatalogs Erstbericht / Abschlussbericht Museumsgütesiegel
entsprechen der Gliederung der Basisanforderungen.*

*Bearbeitung: Hans Lochmann, Elke Meyer, Anne-Katrin Race, MVNB 2014
Mitwirkung: Thomas Krueger, Dr. Willem Koppers, Dr. Susanne Meyer, Dr. Eilert Ommen,
Arbeitsgruppe Registrierung im Vorstand MVNB; Sabine Eichhorn, MWK (2013)*

*© Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V.
Hannover 2014*

*Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V.
Geschäftsstelle
Prinzenstraße 21
D-30159 Hannover*

*Tel.: (0511) 21 44 98 - 3
Fax: (0511) 21 44 98 44
Email: museumsguetesiegel@mvnb.de*

www.museumsguetesiegel.de

Stand: 2014-09-16

Inhalt

1. Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis
2. Leitbild und Museumskonzept
3. Personal und Museumsmanagement
4. Öffentlichkeitsarbeit und PR
5. Sammeln
6. Bewahren und Erhalten
7. Dokumentieren und Forschen
8. Ausstellen und Vermitteln
9. Service

1. Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis

1.1 Trägerschaft

Das Museum verfügt über eine verlässliche Trägerschaft, die einen langfristigen Betrieb der Einrichtung gewährleistet.

1.2 Finanzierung

Das Museum verfügt erkennbar über eine verlässliche finanzielle Ausstattung für den Grundbetrieb der Einrichtung, die den qualitativen und quantitativen Anforderungen zur Umsetzung der Aufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen sowie Ausstellen/Vermitteln entspricht. Die laufende Finanzierung gewährleistet die sachgemessene Betreuung des Museums und seiner Sammlungen durch versierte Personen, deren Tätigkeit durch Kontinuität geprägt ist.

Das Museum bemüht sich außerdem kontinuierlich um die Einwerbung von Drittmitteln – von öffentlicher, wie von privater Seite. Hierzu können auch Sachleistungen zählen.

1.3 Status der Sammlung

Die Sammlung befindet sich zum überwiegenden Teil im Eigentum des Museums bzw. Museumsträgers. Trifft dies nicht zu, so ist nachzuweisen, dass auf gesicherter rechtlicher Grundlage dauerhaft über die Sammlung verfügt werden kann.

1.4 Status des Museumsgebäudes

Die langfristige Nutzung des Museumsgebäudes ist rechtlich abgesichert. Ist dies aufgrund der Rahmenbedingungen nicht erfüllbar, so sind entsprechende Alternativen für eine dauerhafte räumliche Perspektive für das Museum darzulegen.

Tipp:

- Die Unterlagen zu Trägerschaft und Finanzierung Ihrer Institution sind in der Regel in Form von Satzungen, Vereinbarungen o.ä. im Museum und/oder beim Träger hinterlegt.

Nachweise:

- Dokumente zur Trägerschaft
- Dokumente zur Nutz und Unterhaltung der Gebäude
- Letzte abgeschlossene Jahresrechnung
- Haushaltsplan für das laufende Jahr
- Dokumente zu finanziellen Garantien

Literatur und Links:

- Schröter, Uwe & Pleyn, Dieter (Hg.): Kommunikation und Finanzierung für Museen. Neue Strategien vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen. Westfälisches Freilichtmuseum Detmold (Tagungsband 2005), Detmold 2006
- Burghardt, Dirk: Unternehmen Museum. Rechts- und Betriebsformen. In: Institut für Museumsforschung und Deutscher Museumsbund (Hg.): Museen zwischen Qualität und Relevanz – Denkschrift zur Lage der Museen. Berlin 2012, S. 245-253.

2. Leitbild und Museumskonzept

2.1 Leitbild

Das Leitbild wird in einem dynamischen Prozess von allen Museumsverantwortlichen entwickelt. Das Museum definiert darin unter anderem sein Thema. Auch die Einbindung des Museums in das örtliche / regionale kulturelle Leben und in die Gesellschaft wird beschrieben.

Das Leitbild entsteht in einem Prozess und hat die Funktionen:

Legitimation, Identitätsstiftung, Orientierungshilfe.

Die Leitbilddefinition ist transparent gestaltet, alle Beteiligten, auch der Träger, erhalten Gelegenheit, sich in den Prozess einzubringen. Das Leitbild des Museums reagiert dynamisch auf die Entwicklung des Museums im Rahmen der allgemeinen gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen und ist dieser durch regelmäßige Überprüfung und ggf. Aktualisierung (alle 5-7 Jahre) anzupassen.

Das Leitbild richtet sich ebenso nach außen an die Öffentlichkeit wie nach innen an die Beschäftigten, Träger, Freunde und Förderer. Es sollte daher auch öffentlich bekannt gemacht werden. Das Leitbild enthält eine Fristsetzung (alle 5-7 Jahre) zu der es zu überprüfen ist.

Tipps:

In der Leitbildentwicklung folgende sieben Leitfragen bearbeiten:

- Identität und Auftrag: Wer sind wir? Was ist unser Auftrag?
- Werte: Wofür stehen wir? Welche Werte leiten unser Handeln?
- Besucher, Adressaten, Zielgruppen: Wer sind sie?
- Museumsziele: Was wollen wir erreichen?
- Fähigkeiten: Was können wir?
- Leistungen: Was bieten wir?
- Ressourcen: Was haben wir dabei zur Verfügung?

Das Leitbild nennt kurz die geplanten Ziele – ohne sie ausführlich zu beschreiben.

Ggf. das Zitat einer Leitformel / Idee für das Museum integrieren.

Nachweise:

- Pflichtkonzept 1: Leitbild (Umfang: 1-2 Seiten)

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

siehe 2.2.

2.2 Museumskonzept / Statut

Das Museumskonzept beschreibt im Sinne eines Betriebskonzeptes funktionelle, organisatorische, inhaltliche und finanzielle Grundlagen des Museums. Die Darlegung der inhaltlichen Arbeit geschieht in Form von Zusammenfassungen der eigentlichen Konzepte der Detailbereiche (Sammlungskonzept, Dokumentationsplan, Forschungs- und Vermittlungskonzept etc.).

Wie beim Leitbildprozess werden alle Museumsverantwortlichen, insbesondere die im operativen Bereich Tätigen, intensiv einbezogen, um ihre Erfahrungen und ihr Fachwissen zu nutzen und eine hohe Akzeptanz zu erreichen.

Das Museumskonzept enthält eine Fristsetzung (5-7 Jahre), zu der es zu aktualisieren ist.

Tipps:

Das Museumskonzept umfasst im Sinne eines Statuts folgende Aspekte:

- Rahmenbedingungen des Museums
- Rechtlicher Status
- Finanzielle Grundlagen
- Leitbild
- Geschichte, Entwicklung und Profil des Museums
- Stärken- und Schwächenanalyse der vorhandenen Substanz (Sammlungen, Räumlichkeiten, Personal, technische Ausstattung)
- Kernaufgaben: Sammeln, Bewahren, Forschen / Dokumentieren
- Kernaufgaben: Ausstellen und Vermitteln: Was das Museum mit der Sammlung vermitteln will (Ausstellungskonzept, Gestaltungskonzept)
- Verwaltung und Management
- Service- und Dienstleistungen, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit
- Perspektiven und Visionen
- Probleme, Handlungsbedarf, Zeitplan für notwendige Maßnahmen, Darlegung der notwendigen Ressourcen

Nachweise:

- Pflichtkonzept 2: Museumskonzept (Umfang: 6-12 Seiten)

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

- Deutscher Museumsbund (Hg.): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts. Berlin 2011. Version zum Download im Internet: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/LeitfadenMuseumskonzept_2011.pdf

3. Personal und Museumsmanagement

3.1 Personal

Qualifiziertes Personal ist die Voraussetzung, um die Aufgaben eines Museums sachgerecht wahrzunehmen und seine Ziele auf allen Ebenen kontinuierlich zu erreichen. Museen sind nach Gattung und Größe sowie finanzieller Grundausstattung unterschiedlich strukturiert, entsprechend variiert die Anzahl und Qualifizierung des Personals.

Das Personal repräsentiert das Museum auf allen Ebenen - nach innen wie nach außen. Entsprechend haben die Mitarbeiter/-innen eine Grundhaltung zu ausgeprägter Servicequalität und Gastfreundschaft entwickelt. Definierte, einheitliche und verbindliche Arbeitsabläufe in den wichtigsten Arbeitsfeldern dienen der Sicherung einer gleich bleibenden und zuverlässigen Qualität. Die Regeln für die Arbeitsabläufe werden regelmäßig überprüft.

Den Museumsbeschäftigten wird die Möglichkeit eingeräumt, sich durch Schulungen und Fortbildungen weiter zu qualifizieren. Dies gilt ausdrücklich auch für die Beschäftigten in den ehrenamtlich betriebenen Museen. In der Museumsarbeit werden ehrenamtliche Mitarbeiter immer bedeutsamer. Deren Betreuung und Qualifizierung wird gewährleistet. Das Museum beteiligt sich zudem nach seinen Möglichkeiten selbst an der Aus- und Weiterbildung von Nachwuchskräften.

Dauerhaft einbezogene externe Dienstleistungen Dritter ergänzen Arbeitskapazitäten des Stammpersonals (Restaurierung / Präparation, Gebäudereinigung, Pflege und Wartung von technischem Gerät, Wachdienste, Aufsicht, Transporte etc.).

Externe Sachkenntnis wird nach Bedarf einbezogen. Fachlicher Austausch der Museen untereinander und mit weiteren Einrichtungen ist ein Instrument zur eigenen Leistungsverbesserung. Die Vernetzung dient auch den Museumsbesuchern.

Tipps:

- Erstellen Sie zur eigenen Übersicht Aufgabenbeschreibungen der einzelnen Aufgabenfelder, definieren Sie Anforderungsprofile der Aufgabenbereiche, Einsatzpläne, Festlegung von zeitlichen Besetzungen schaffen Verbindlichkeit, Checklisten für Arbeitsbereiche können wertvolle Leitlinien sein.
- Planen Sie Zeit für interne und externe Schulungen ein!
- Nutzen Sie für Ihre Schulungen auch die hausinterne Sachkenntnis.

Nachweise:

hier keine verpflichtend

3.2 Verwaltung und Museumsmanagement

Das Museumsteam verfügt über Querschnittskompetenzen, um den Betrieb in all seinen Facetten angemessen zu organisieren und das Museum zielgerichtet zu führen. Hierzu zählen eine gute Struktur in der Verwaltung und ein differenziertes Personaltabelleau. Das Management eines Museums hat das Leitbild des Museums verinnerlicht! Servicebewusstsein und Gastfreundschaft wird vom Museumsteam gelebt. In regelmäßigen Arbeitstreffen und Besprechungen kommt diese Haltung zum Ausdruck.

Das Museumsmanagement umfasst in der Regel die Aufgaben:

Intern

- Führung und Verwaltung
- Personalwesen (Organisationsstruktur und Personalentwicklung)
- Gremien, Mitgliederbetreuung
- Finanzplanung (Wirtschaftsplanung, Buchhaltung, Controlling)

Extern

- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (vgl. 3.3.)

Tipps:

Planen Sie langfristige und beständige Kommunikationsstrukturen:

- regelmäßige Mitarbeitergespräche eröffnen Chancen für neue Potentiale,
- regelmäßige Arbeitstreffen erhöhen den Kenntnisstand des Teams. Urlaub und Ausfälle lassen sich besser verkraften.

Nachweis:

- Organigramm

3.3 Marketing

Das externe Museumsmanagement ist die nach außen wirkende Verwaltung. Es umfasst die nach den Möglichkeiten des Museums ausgeprägten Aufgaben des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit und PR (Vgl. 4.).

Um wahrgenommen zu werden, ist Werbung für das Haus und seine Produkte in der Regel unverzichtbar.

Termin- und zielgruppengerechte Werbemittel werden eingesetzt.

Museen sind nicht selten touristische Ziele. Das Museum strebt in seinem Marketingkonzept wie in seinen Serviceangeboten neben der einheimischen Bevölkerung auch die Ansprache auswärtiger Gäste an.

Dem Museum ist an der Verankerung im gesellschaftlichen Umfeld gelegen. Es betrachtet sich als Teil eines umfassenden Netzwerkes von Interessengruppen. Es ist an der Erweiterung dieses Netzwerkes interessiert und sucht den Kontakt zu Multiplikatoren und Förderern.

Das Museum kennt seine Zielgruppen und wählt Schwerpunktzielgruppen aus. Besucher haben die Möglichkeit, Anregungen, Kritik oder Vorschläge zu äußern.

Tipps:

- Führen Sie zur eigenen Übersicht eine Aufstellung und Mappe Ihrer eingesetzten Werbemittel (was, wie und wo, zu welcher Zeit).
- Suchen Sie den Kontakt zu örtlichen / regionalen Tourismusorganisationen, Geschäften und anderen Kulturanbietern. Überlegen Sie gemeinsam sinnvolle Kombiangebote
- Ein Freundeskreis oder Förderverein kann wertvolle Unterstützung bieten.
- Führen Sie Adress- und Mailinglisten Ihrer Kooperationspartner.
- Führen Sie zur eigenen Kontrolle regelmäßige Besucherbefragungen durch (Besucher/Nichtbesucheranalysen).
- Bieten Sie Ihren Besuchern und Partnern die Möglichkeit, auf vielfältigen Kanälen mit Ihnen in Kontakt zu treten (im Internet, auf Veranstaltungen).

Nachweise:

- Übersicht Marketingmaßnahmen
- Besuchszahlen der letzten 3 Jahre

Literatur und Links:

- Deutscher Museumsbund (Hg.): Bürgerschaftliches Engagement im Museum. Kassel, Berlin 2008. Version zum Download im Internet: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/BEIM_Broschuere_2008.pdf
- Deutscher Museumsbund, ICOM Deutschland, ICTOP (Hg.): Museumsberufe – Eine europäische Empfehlung. Berlin 2008. Version zum Download im Internet: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Europaeische_Museumsberufe_2008.pdf
- Deutscher Museumsbund gemeinsam mit ICOM Deutschland (Hg.): Leitfaden für das wissenschaftliche Volontariat am Museum. Berlin 2009). Version zum Download im Internet: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Das_wissenschaftliche_Volontariat_am_Museum_2009.pdf
- Dreyer, Matthias & Wiese, Rolf (Hg.): Museumsmanagement. Eine ausgewählte Bibliographie. Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Band 73. 2. vollständig aktualisierte und erweiterte Auflage. Ehestorf 2010.
- Dreyer, Matthias & Wiese, Rolf (Hg.): Museum und Personal. Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Band 54. Ehestorf 2006.
- Rump, Oliver: Controlling für Museen. Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Band 37. Ehestorf 2001.

4. Öffentlichkeitsarbeit und PR

Öffentlichkeitsarbeit und PR sind nicht mit direkten Werbemaßnahmen des Museums gleichzusetzen. Sie umfassen die Unternehmenskommunikation, die das Museum und seine Arbeit nach innen wie nach außen repräsentiert.

Dem Museum ist an der Verankerung im gesellschaftlichen Umfeld gelegen. Es betrachtet sich als Teil eines umfassenden Netzwerkes von Interessengruppen. Es ist an der Erweiterung dieses Netzwerkes interessiert und sucht die Verbindung zu Multiplikatoren und Förderern.

Der Kontakt zu Vertretern aller Medien und Meinungsbildnern ist unverzichtbar und sollte kontinuierlich gepflegt und erweitert werden.

Tipps:

- Führen Sie für Ihren Überblick eine Pressemappe aller Berichte von und über Ihr Haus.
- Erstellen Sie zur eigenen Übersicht einen Mediaplan (Werbemittel und Massenmedien: was, wie und wo, zu welcher Zeit)
- Pflegen Sie Kontakt zu anderen Kultureinrichtungen, Bildungseinrichtungen, Vereinen und Verbänden.
- Planen Sie Informationsveranstaltungen, „Danke schön Aktionen“ für Ihre Interessenvertreter und Partner

Nachweise:

- Übersicht der öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen (keine Flyer beilegen)

Literatur und Links:

- Mandel, Birgit: PR für Kunst und Kultur. Bielefeld 2009
- Scheurer, Hans (Hg.): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Kultureinrichtungen. Ein Praxisleitfaden. 2001 Bielefeld

5. Sammeln

Sammeln · Sammlungsübersicht

Die Sammeltätigkeit von Museen lässt ein zielgerichtetes Handeln erkennen. Museales Sammeln ist eine kontinuierliche Aufgabe, die für die Zukunft der Sammlung erfolgt. Die Sammlung eines Museums besteht vorrangig aus originalen Objekten, die sich dauerhaft im Besitz bzw. Eigentum des Museums oder des Trägers befinden.

Sammeln · Sammlungskonzept

Jedes Museum hat eine eigene Sammlungsstrategie. Das Museum lässt in seiner Sammlungsstrategie verantwortlichen Umgang mit den Objekten erkennen und berücksichtigt die Notwendigkeit von Dokumentation, Bewahrung, Konservierung, ggf. Restaurierung und angemessene Bedingungen für Ausstellung oder Lagerung im Depot jedes einzelnen neu aufgenommenen Gegenstandes.

Der Strategie zugrunde liegt ein schriftlich formuliertes Sammlungskonzept. Basis des Sammlungskonzeptes sind ein lückenloser Überblick über vorhandene Museumsbestände und ihre Bewertung.

Das Sammlungskonzept benennt die Sammlungsbereiche und enthält Richtlinien für den Erhalt der Bestände (Vgl. 6. Bewahren -> Sammlungspflegekonzept). Die im ICOM Code of Ethics benannten ethischen Grundsätze des Sammlungserwerbs, z. B. die nationalen und internationalen gesetzlichen Regelungen zum Umgang mit Kulturgut, werden beachtet.

Bei der Neuorientierung bzw. dem Aufbau einer Sammlung wird eine inhaltliche Abstimmung mit vorhandenen Museen in der Region oder bereits bestehenden, vergleichbaren Sammlungen aktiv gelebt.

Entsammeln

Zu den allgemein anerkannten Grundlagen der Museumsarbeit gehört die Verpflichtung, alle einmal aufgenommenen Sammlungsgegenstände prinzipiell für alle Zeiten zu bewahren. Die Abgabe von Sammlungsgegenständen stellt daher einen Ausnahmefall dar, dessen Abwicklung nur in engen Grenzen nach vorher festgelegten Richtlinien durchgeführt werden darf.

Zur Abgabe von Sammlungsgut gibt es Empfehlungen vom Deutschen Museumsbund.

Tipps:

Das Sammlungskonzept (Umfang: 3-8 Seiten) umfasst im Sinne eines Statuts folgende Aspekte:

- Sammlungsgeschichte
- Zweck und Ziel der Sammlung

- Bestandsgruppen und Schwerpunkte
- Perspektiven der Weiterentwicklung
- Sammlungsstrategie
- Regeln für die Annahme von Sammlungsgegenständen
- für das Museum zentrale Bestandsgruppen
- nicht weiter zu verfolgende Bereiche
- Desiderate und ein Plan, diese abzubauen
- Regeln für Abgabe / Tausch
- Sammlungsethik des Museums

Das Sammlungskonzept enthält eine Fristsetzung, zu der es zu aktualisieren ist (5-7 Jahre).

Nachweis:

- Pflichtkonzept 3: Sammlungskonzept

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

- Deutscher Museumsbund (Hg.): Nachhaltiges Sammeln – Ein Leitfaden zum Sammeln und Abgeben von Museumsgut. Berlin, Leipzig 2011.
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/NachhaltigesSammeln_2012.pdf
- Museen Graubünden (Hg.): Zielgerichtet Sammeln – ein Leitfaden für die Bündner Museen. Ardez 2006 (www.museenland-gr.ch > Für Museumsleute > Grundlagenpapiere > Leitfaden Sammeln)
- Heisig, Dirk (Hg.): Ent-Sammeln – Neue Wege in der Sammlungspolitik von Museen. Aurich 2007
- Overdick, Thomas: Sammeln mit Konzept – Ein Leitfaden zur Erstellung von Sammlungskonzepten. Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 56. Ehestorf 2007

6. Bewahren und Erhalten

Den Aspekten der Vorbeugung und Sicherheit kommt eine Schlüsselrolle zu. Sie stellen die Grundvoraussetzung für den Erhalt der Sammlung dar und stehen somit im Mittelpunkt des Themas „Bewahren“ im Rahmen der Museumsregistrierung.

Ein vorbeugender Objektschutz umfasst alle Fragen der präventiven Konservierung der Sammlungen, vom Exponat selbst, bis zu deren Standortbedingungen in Depot oder Ausstellungsbereich.

Der vorbeugende Objektschutz ist eine sehr komplexe Aufgabe, die von den finanziellen und personellen Ressourcen, vom Standort des Museums, dem Grundstück, den verfügbaren Gebäuden, den einzelnen Räumen und deren Einrichtung sowie vom sachgerechten Umgang mit den Sammlungsobjekten bestimmt wird. Auch die inhaltliche Ausrichtung des Hauses, die Art der Sammlungsobjekte und die Form der Präsentation spielen eine wichtige Rolle.

In der Regel kann kein Museum in allen Bereichen des Bewahrens alle Aspekte des präventiven Objektschutzes erfüllen. Museen legen deshalb in Konzepten und erläuternden Dokumenten ihre Grundeinstellungen und ihre Bemühungen in diesem Bereich dar.

6.1 Bauliche Voraussetzungen

Im Bereich Gebäudemanagement wird durch den Träger bzw. Eigentümer zur Erhaltung und Pflege von Bausubstanz und Sammlungsbestand beigetragen (Vgl: 1. Institutionelle und finanzielle Basis). Dies geschieht durch Pflege und Wartung, Maßnahmen zur Begrenzung der Energiekosten, Klimakontrolle, Schutz vor Licht, Luftverschmutzung und Staub und die erforderlichen Maßnahmen zur Sicherheit.

6.2. Sammlungspflege · Sammlungspflegekonzept

Jedes Museum ist sich seiner Verantwortung bewusst und praktiziert den vorbeugenden Objektschutz in angemessener Weise. Voraussetzung für die Registrierung ist ein Mindestmaß an fachlichen, personellen und materiellen Ressourcen, ein Sammlungspflegekonzept, Wissen um die Defizite im Haus und eine praktikable Organisationsstruktur.

Das Sammlungspflegekonzept fixiert schriftlich Regeln und Anleitungen zur Handhabung und Pflege der Sammlungsbestände.

Tipps:

Das Sammlungspflegekonzept umfasst max. 10 Seiten. Es hat den Charakter einer Anleitung für den täglichen Umgang mit dem Sammlungsgut und seiner Pflege zu den Punkten:

- geordnete Lagerung im Depot
- laufende Überwachung / Kontrolle
- klar geregelte Verantwortlichkeiten
- regelmäßige Schulung / Weiterbildung des Personals.

Nachweis:

- Pflichtkonzept 4: Sammlungspflegekonzept

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

- Hilbert, Günter S.: Sammlungsgut in Sicherheit. Beleuchtung und Lichtschutz, Klimatisierung, Sicherungstechnik, Brandschutz. Berliner Schriften zur Museumskunde Band 1. Berlin 1996
- Konferenz nationaler Kultureinrichtungen KNK (Hg.): SILK Sicherheitsleitfaden Kulturgut. Zum Download im Internet: <http://www.konferenz-kultur.de/SLF/index1.php>
- Deutscher Museumsbund (Hg.): Empfehlungen zum Umgang mit menschlichen Überresten in Museen und Sammlungen. Berlin 2013. Nur online verfügbar: http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/2013_Empfehlungen_zum_Umgang_mit_menschl_UEberresten.pdf
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungsgesellschaft e.V.: Sicherheitsrichtlinien für Museen und Ausstellungshäuser, VdS-Richtlinie 3511: 2008-09 (1),
Download im Internet:
http://vds.de/fileadmin/vds_publicationen/vds_3511_web.pdf
- Kunst auf Lager – Bündnis zur Erschließung und Sicherung von Museumsdepots
www.kunst-auf-lager.de

7. Dokumentieren und Forschen

7.1 Dokumentieren

Die Dokumentation der Sammlungsbestände ist die Grundlage für die Forschung am Museum.

Das Museum verfügt nach Möglichkeit seiner personellen Ressourcen über eine vollständige Erschließung der Bestände als Grundlage für die Kernaufgaben Forschen, Ausstellen und Vermitteln. Die Erschließung erfolgt in zwei Schritten: der laufenden Eintragung der Neuzugänge im Eingangsbuch und der Aufnahme in die Objektkartei / Datenbank.

Das Eingangsbuch dient dem Eigentumsnachweis (Urkundenfunktion) und wird entsprechend sorgfältig bearbeitet und sicher verwahrt. Eine Sicherheitskopie wird außerhalb des Museums gelagert.

Die Objektkartei / Datenbank dient der Recherche und erschließt die Bestände auch für die Forschung Dritter. Die Anforderungen an einen Mindestdatenfeldkatalog (Object Identity) werden erfüllt.

Mindestdatenfelder sind:

- Objektbezeichnung / Gegenstand
- Daten zum Erwerb
- Datierung (Datum oder Zeitraum)
- Darstellung / Titel
- Künstler / Produzent
- Material und Technik

Folgende weiteren wichtigen Punkte sollten erfasst sein:

- Abmessungen
- Beschriftungen / Markierungen
- Besondere Merkmale

sowie:

- Kurzbeschreibung
- Foto

Die fotografische Erfassung der Bestände erleichtert Recherchen und ist gleichzeitig Nachweis bei Schäden oder Verlusten.

Das Museum stellt Teile seiner Sammlung im Internet der Öffentlichkeit zur Verfügung. Online-Objektdatenbanken machen einzelne Bestandsgruppen weltweit der Forschung und Interessenten zugänglich. Dabei achtet das Museum auf die Wahrung von Urheberrechten.

Alle Arbeitsgänge der Dokumentation ab der Annahme von Objekten (Zugang) werden planmäßig mit geregelten Zuständigkeiten bearbeitet. Im Museum übliche Arbeitsweisen

und der Ablauf der Dokumentation sind in einem Dokumentationsplan schriftlich festgehalten.

Tipps:

Der Dokumentationsplan umfasst ca. 3-8 Seiten und enthält folgende Punkte:

- Beschreibung des Ist-Zustandes der bisherigen Bestandsdokumentation
- Analyse des Arbeitsstands
- Stärken und Schwächen der angewendeten Dokumentationsmittel
- Erläuterung evtl. bestehender Dokumentationsrückstände
- Beschreibung der Arbeitsroutinen
- darauf basierend Formulierung der Nah- und Fernziele für das weitere Vorgehen, z.B. auch Online-Datenbanken u.a.,
- Beachtung der Archivfähigkeit, Kompatibilität und Dauerhaftigkeit der eingesetzten Medien.

Nachweis:

- Pflichtkonzept 5: Dokumentationsplan

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

- Deutscher Museumsbund: Leitfaden für die Dokumentation von Museumsobjekten. Berlin 2011. Version zum download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_andere/LeitfadenDokumentation.pdf
- Deutscher Museumsbund (Hg.): DATENFELDKATALOG ZUR GRUNDINVENTARISATION - Ein Bericht der "Arbeitsgruppe Dokumentation" des Deutschen Museumsbundes. Karlsruhe 1993. Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/fg_doku/publikationen/Datenfeldkatalog.pdf
- Institut für Museumsforschung (Hg.): SPECTRUM 3.1 – The UK Museum Documentation Standard – Deutsche erweiterte Fassung. Berlin 2013. Version zum Download im Internet:
http://www.agsammlungsmanagement.de/images/Gesamtdokument/Stand_Maerz_2013/spectrum-3-1-de_2013-03-26.pdf
- Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern: Inventarisierung als Grundlage der Museumsarbeit. Museumsbausteine Bd. 13. München 2013

- Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V. / Arbeitsgruppe IDM: Inventarisieren der Museumsbestände mit der IDM-Karteikarte („Handbuch IDM“). Hannover 1994
- Westfälisches Museumsamt (Hg.): Inventarisierung, Dokumentation, Bestandsbewahrung. Materialien aus dem WMA Bd. 1. Münster 2003
- Hessischer Museumsverband (Hg.): Systematik zur Inventarisierung kulturgeschichtlicher Bestände in Museen. MuseumsVerbandsTexte 3. (5. Auflage), Kassel 2009
- Meiners, Uwe und Xylander, Willi E.R.: Sammlungen – Grundlage der Museen, in: Graf, Bernhard und Rodekamp, Volker (Hg. für das Institut für Museumsforschung – Staatliche Museen zu Berlin und den deutschen Museumsbund e.V.): Museen zwischen Qualität und Relevanz. Denkschrift zur Lage der Museen (= Berliner Schriftenreihe zur Museumsforschung, Band 30), S. 73 - 87

7.2 Forschen

Forschung im Museum umfasst mehr als der gängige akademische Forschungsbegriff: In kleinen Museen ohne wissenschaftlich ausgebildetes Personal können ebenso Grundlagen für eine weitergehende Forschung geschaffen werden. Museumsforschung arbeitet systematisch Bestandsgruppen auf (Bestandskataloge) oder findet thematisch im Zusammenhang mit geplanten Ausstellungen statt. Eine Stufe wissenschaftlicher Forschung ist die Recherche und die Erschließung vorhandener Quellen z. B. im Rahmen von Heimat- oder Regionalforschung. Die persönliche Sachkompetenz des Museumsteams, die Sammlung, die Museumsbibliothek und das Museumsarchiv werden für Forschung durch Dritte zugänglich gemacht und anderen Forschern wird Auskunft und Hilfestellung gegeben.

Forschungsgegenstände können sein:

- das Sammlungsobjekt aus natur- wie kunst- und kulturhistorischer Sicht,
- das Material und seine Verarbeitung, das Festhalten historischen Wissens zur Herstellung und Nutzung, sowie restauratorische Analysen und Erkenntnisse,
- Zu jedem Objekt kann der ursprüngliche Zusammenhang, seine Vorbesitzer (Kontext, Provenienzforschung) analysiert und ermittelt werden,
- Museen können forschend an Grabungen und Expeditionen beteiligt sein,
- auch das Museum selbst kann Gegenstand der Forschung sein (Institutionengeschichte, Publikumsforschung etc.).

Das Museum forscht regelmäßig an seinen Sammlungsbeständen und dem zugehörigen Kontext oder es ermöglicht die Forschung Dritter daran. Es liegt in der Verantwortlichkeit des Museums, dass seine Sammlung genutzt werden kann. Durch die Publikation von Sammlungsbeständen in Ausstellungen, Bestandskatalogen, Aufsätzen (in Fach- und Publikumszeitschriften, Ortschroniken etc.) und Ausstellungskatalogen werden die Sammlungsbestände einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Die Forschung und ihre Publikation fördern auch den Austausch von Leihgaben zwischen Museen.

Museumsspezifische Anwendungsbereiche bzw. Veröffentlichungsformen sind:

- Vortragsreihen
- Monografien und wissenschaftliche Aufsätze – auch in Massenmedien
- Ausstellungen, Bestands- oder Ausstellungskataloge
- Objekt- oder Sammlerberatungsstunden
- Vermittlungsarbeit.

Partner der Forschung im Museum können andere Museen, Hochschulinstitute, Studierende im Rahmen von Studien- und Abschlussarbeiten, andere außeruniversitäre Einrichtungen, z. B. Schulen, Volkshochschulen etc. sein. Das Museum nutzt aktiv Kooperationspartner für übergreifende Projekte und zur Ergänzung der eigenen Forschungskapazitäten. Kooperationen können über mehrere Jahre angelegt sein und sind nach Möglichkeit schriftlich in Verträgen vereinbart.

Für Forschung und Recherche im Museum sollte möglichst ein längerfristiges Konzept vorliegen: Das Forschungskonzept beschreibt die Möglichkeiten und Potentiale des Museums, die personellen Ressourcen und mittel- bis langfristige Perspektiven der Forschung.

Tipps:

Das Forschungskonzept umfasst 3-8 Seiten und enthält folgende Punkte:

- Beschreibung der bisherigen Forschungssituation,
- Inhalte und Ziele der Forschung orientiert am Museumskonzept,
- personelle und finanzielle Ressourcen: Möglichkeiten und Grenzen eigener Forschung und Recherche,
- Nennung der Forschungswünsche,
- Ermöglichung von Forschung durch Dritte,
- darauf basierend Formulierung der Nah- und Fernziele für das weitere Vorgehen.

Erstellen Sie zur eigenen Übersicht Aufstellungen zu

- Forschungsprojekte und -beteiligung der letzten drei Jahre (Thema/Themen; Kooperationspartner; Autor/innen)
- Ausstellung(en)
- Publikationen ([Bestands-]Kataloge, Aufsätze, Monografien etc.)
- gehaltene Fachvorträge
- Auflistungen / Belege für Nutzung des Bestandes durch Dritte
- Liste Publikationen der letzten drei Jahre
- Liste Lehr- und Vortragstätigkeit
- Aufstellungen zu forschungsbezogenem Leihverkehr

Nachweis:

- Forschungskonzept (optional)

Nicht vergessen:

Kennzeichnung /

Impressum:

Autor/-innen

Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)

Fristsetzung der Gültigkeit

Literatur und Links:

- Wissenschaftliche Kommission Niedersachsen: Forschung in Museen – eine Handreichung. Hannover 2010. Version zum Download im Internet:
<http://www.wk.niedersachsen.de/download/50825>

8. Ausstellen und Vermitteln

Prinzipien für Ausstellen und Vermitteln

Die Ausstellung des Museums ist dessen Aushängeschild und das eigentliche Motiv für den Museumsbesuch! Ein ansprechendes Erscheinungsbild der Ausstellung und eine anregende Vermittlung der ausgestellten Inhalte sind eine Basis für wiederkehrende Gäste und positive Weiterempfehlungen. Präsentation und Vermittlung der Sammlung passen sich den sich ändernden Wahrnehmungsgewohnheiten der Besucher/-innen an. Hierzu analysiert das Museum regelmäßig sein Publikum und entwickelt Pläne zur Zielgruppenerweiterung (siehe auch 3.2. Museumsmanagement). Das Museum ist bestrebt, die Dauerausstellung unter Beteiligung der Bevölkerung zu entwickeln. Das Museum achtet die Prinzipien der Barrierefreiheit und niedrigschwelliger Angebote. Ein barrierefreier Zugang zum Gebäude und zu allen Räumen, Publikumsflächen und Informationen wird gewährleistet, sofern die baulichen Voraussetzungen dies zulassen. Sowohl bei Ausstellungen als auch in der Vermittlungsarbeit werden Kooperationspartner einbezogen.

8.1 Ausstellen

Die Sammlungen werden in einer regelmäßig erneuerten Dauerausstellung zugänglich gemacht. Die Präsentationen sind aktuell gestaltet und durch geeignete Texte erläutert und werden den Besuchern angemessen erschlossen. Es empfiehlt sich, ein Ausstellungskonzept sowie ein Gestaltungskonzept zu verfolgen.

Ausgehend von den vorhandenen Sammlungsschwerpunkten bietet die Wechselausstellung weitere Themen an - aus der eigenen Sammlung, mittels Leihgaben oder übernommenen (Wander-) Ausstellungen. Hierfür gibt es eine vorausschauende Planung. Die Ausstellung kann dem Publikum auch zeitlich begrenzt neue Forschungsergebnisse zum eigenen Sammlungsbestand vorstellen.

Tipps:

Ein Ausstellungskonzept umfasst folgende Punkte:

- Grundidee der Ausstellung
- Nennung inhaltlicher Schwerpunkte bzw. Themen
- Raumaufteilung
- Raumausstattung (Vitrinen, Inszenierungen, „Inseln“ etc.)
- Lichtkonzept
- Besucherleitsystem
- Ruhepunkte/Sitzmöglichkeiten für Besucher/-innen

Das Gestaltungskonzept umfasst folgende Punkte:

- Grundidee der Gestaltung
- Umsetzung der Leitgedanken des Ausstellungskonzeptes

- Didaktische Erschließungshilfen (Texte, Illustrationen, Modelle, „Hands-on-Objekte“, AV-Medien etc.)
- Corporate Design

8.2 Vermitteln · Vermittlungskonzept

Das Museum strebt an, alle Altersgruppen und Gesellschaftsschichten zu erreichen und ermutigt zur aktiven Teilhabe an der Kultur (Partizipation). Das Museum reagiert auf den demografischen Wandel der Gesellschaft, auf Veränderungen der Sozialstrukturen und Lebensgewohnheiten ebenso wie auf die Entwicklung der Informationstechnik.

Vermittlungskonzept

Das Museum artikuliert sein grundsätzliches Vermittlungskonzept in schriftlicher Form.

Tipps:

Das Vermittlungskonzept umfasst 3 – 8 Seiten und enthält folgende Punkte:

- Inhalte und Ziele der Vermittlung
- Zielgruppen
- Methoden der Vermittlung (personale und mediale Vermittlung)
- Begleitende Veranstaltungsprogramme
- Kooperationen mit anderen Bildungs- und Kultureinrichtungen
- Finanzielle und personelle Ressourcen
- Evaluation der Vermittlungsarbeit

Nachweis:

- Pflichtkonzept 6: Vermittlungskonzept

Nicht vergessen:

Kennzeichnung / Impressum

- Autor/-innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremium)
- Fristsetzung der Gültigkeit
- Übersicht Ausstellungen der letzten drei Jahre
- Vermittlungsprogramme

Literatur und Links:

Ausstellen

- Deutscher Museumsbund (Hg.): Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts. Berlin 2011, S. 29 ff.
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaeffts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/LeitfadenMuseumskonzept_2011.pdf

- Deutscher Museumsbund, Fachgruppe Ausstellungsplanung (Hg.): Leitfaden des Arbeitskreises Ausstellungsplanung im Deutschen Museumsbund zu Kooperationsverträgen im Ausstellungswesen. [Berlin] 2009
Nur online verfügbar:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/ak_ausstellung/dokumente/AK_Ausstellung_Leitfaden_Kooperationen_2010.pdf
- Informationen des Sächsischen Museumsbundes 46/2013: Wie lange dauert eine Dauerausstellung? Beständigkeit von Dauerausstellungen in einer kurzlebigen Zeit, Dresden 2013. Dort insbesondere: Warnecke, Jan-Christian: Die Zeit der Dauerausstellung. Zur Angemessenheit eines unzeitgemäßen Angebots (S. 5 – 11) und Eghbal-Azar, Kira: Unendliche Weiten – Galerien gestalten für die Ewigkeit (S. 12 – 24)
- Arbeitsgruppe Barrierefreiheit des Landesverbands der Museen zu Berlin (Hg.): Checkliste zur Konzeption und Gestaltung von barrierefreien Ausstellungen. Berlin 2011
Nur online verfügbar:
<http://www.lmb.museum/de/fach-und-arbeitsgruppen/ag-barrierefreiheit-ausstellungen/barrierefreiheit/>
- Bernhardt, Günter; Burhenne, Verena; Hartmann, Manfred u.a.: Samlungsdokumentation und Ausstellungsplanung. Wege zu einer integrierten Museumsarbeit. Münster 2009. (Materialien aus dem LWL-Museumsamt für Westfalen; 5).
- Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (Hg.): Leitfaden für eine blinde und sehbehinderte BesucherInnen barrierefreie Gestaltung von Museen und Ausstellungen. Berlin 2011
Nur online verfügbar:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Leitfaden_barrierefreie_Museen_und_Ausstellungen_2011_dbsv.pdf
- Föhl, Patrick et al. (Hg.) Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch. Bielefeld 2007
- Deutscher Museumsbund / Bundesverband Museumspädagogik / Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit (Hg.): Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion. Berlin 2013
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/DMB_Barrierefreiheit_digital_131120.pdf
- Nordrhein-Westfalen-Stiftung (HG.): Handbuch zur ehrenamtlichen Museumsarbeit – Ein Leitfaden für die Praxis. Münster 2001, Kap. 3 Ausstellung (vergriffen) Online-Version unter: www.nrw-stiftung.de/museumshandbuch
- Tyradellis, Daniel: Müde Museen – Oder: Wie Ausstellungen unser Denken verändern könnten. Hamburg 2014

Vermitteln

- Deutscher Museumsbund e.V. und Bundesverband Museumspädagogik e.V. (Hg.): Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Berlin 2008
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Qualitaetskriterien_Museen_2008.pdf
- Deutscher Museumsbund gemeinsam mit BDK (Hg.): schule@museum - Eine Handreichung für die Zusammenarbeit. Berlin 2011
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/Leitfaden_s_m.pdf
- Deutscher Museumsbund & Universität Hildesheim (Hg.): Museen und Lebenslanges Lernen – ein europäisches Handbuch. Berlin 2010
Version zum Download im Internet:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/geschaefts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/LLL_Handbuch_2010.pdf
- Deutscher Museumsbund, Arbeitskreis Migration (Hg.): Museen, Migration und kulturelle Vielfalt - Leitfaden für die Museumsarbeit. [Berlin] 2013
Nur online verfügbar:
http://www.museumsbund.de/fileadmin/ak_migration/Dokumente/2013_04-29_Leitfaden-Migration_DMB_V201.pdf

9. Service

Die Basisdienstleistungen des Museums, insbesondere die Ausstellungen, werden der Öffentlichkeit regelmäßig zu festgelegten Zeiten zugänglich gemacht. Mit einer Zahl von mindestens 100 Öffnungstagen im Jahr vermittelt das Museum seinen Bildungsanspruch und eine allgemeine Zugänglichkeit.

Ein Museum steht im Wettbewerb mit einer Vielzahl von Kultur- und Freizeit Anbietern. Das Museum ist bestrebt - neben der inhaltlichen Vermittlung - Gastfreundschaft und Wohlbehagen zu vermitteln.

Nach Standort und finanziellen wie personellen Möglichkeiten ist das Museum zudem bemüht, sein Serviceangebot für Besucher/innen stetig zu erweitern und modernen Anforderungen anzupassen.

Tipps:

- Testen Sie Ihre Erreichbarkeit selbst! Wo wird auf Sie hingewiesen? Wo können Sie für Verbesserung sorgen (Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad-, PKW-, Bus-Stellplätze, örtliches Leitsystem, Beschilderung an überörtlichen Straßen)?
- Denken Sie im Sinne der Inklusion an Barrierefreiheit (Lesehilfen, akustische Hilfen, Blindenschrift). Soweit Ihre historischen Gebäude es zu lassen, sollten Sie an Rollstuhl gerechte Wege und Aufzüge denken.).
- Begehen Sie Ihr Haus als Gast! Was kann den Besuch in Ihrem Haus angenehmer gestalten? (Infomaterial, Garderobe, Sitzgelegenheiten, Spielbereiche für Kinder, Gastronomie, Museumsshop, etc.).
- Wie können Besucher zu Ihnen in Kontakt treten (telefonische Erreichbarkeit, Gästebuch, Homepage, Social Media, besonderer Service für Mitglieder oder Förderer)?
- Was kann Ihr Museum neben der Ausstellung an Unterhaltung bieten (Lesungen, Konzerte, private Feiern, Museumsfeste, Teilnahme am Internationalen Museumstag etc.)?
- Nutzen Sie den Tourismus vor Ort und machen Sie Kombiangebote (Stadtführungen, Fahrradtouren, Themen-Wanderwege etc.).
- Entwickeln Sie Ideen zu Eintrittspreisen (Kombitickets, Gutscheine).
- Denken Sie über weitere Einnahmequellen nach (Vermietungen, Dienstleistungen).

Nachweise:

- Nachweis über Öffnungszeiten von mindestens 100 Tagen im Jahr
- Aufstellung Eintrittspreisgestaltung

Literatur und Links:

- Dreyer, Matthias und Wiese, Rolf (Hg.): Serviceorientierung im Museum. Schriften des Freilichtmuseum am Kiekeberg, Band 80, Ehestorf 2012

Hinweis:

Weitere museale Serviceangebote in anderen Kapiteln beachten:

- *Archiv, Bibliothek, Sprechstunden / Fundberatung – siehe: 7.2 Forschen*
Führungen, Medienguides etc. – siehe auch 8.2 Vermitteln