



Basisanforderungen

für die Bewerbung um das
Museumsgütesiegel
Niedersachsen und Bremen



2020

Träger des Museumsgütesiegels:



Niedersächsisches Ministerium
für Wissenschaft und Kultur



Niedersächsische
Sparkassenstiftung



Museumsverband
Niedersachsen und
Bremen e.V.

INHALTSVERZEICHNIS

I. Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis	3
a. Trägerschaft.....	3
b. Finanzierung.....	3
c. Status der Sammlung.....	3
d. Status des Museumsgebäudes	3
II. Leitbild und Museumskonzept	4
a. Leitbild	4
b. Museumskonzept/Statut.....	5
III. Personal und Museumsmanagement	6
a. Personal.....	6
b. Verwaltung und Museumsmanagement	7
c. Marketing.....	8
IV. Öffentlichkeitsarbeit und PR	9
V. Sammeln	9
VI. Bewahren und Erhalten	11
a. Bauliche Voraussetzungen.....	11
b. Sammlungspflege – Sammlungspflegekonzept.....	12
VII. Dokumentieren und Forschen	13
a. Dokumentieren.....	13
b. Forschen	14
VIII. Ausstellen und Vermitteln	16
a. Ausstellen.....	17
b. Vermitteln – Vermittlungskonzept	17
IX. Service	18

Die Basisanforderungen wurden auf der Grundlage der Standards für Museen, Deutscher Museumsbund / ICOM-Deutschland, Kassel / Berlin 2006 entwickelt
www.museumsbund.de/publikationen/standards-fuer-museen-2006/

Die einzelnen Abschnitte des Fragenkatalogs Erstbericht / Abschlussbericht Museumsgütesiegel entsprechen der Gliederung der Basisanforderungen.

© Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V.

I. Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis

a. Trägerschaft

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

b. 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 und Dokumentieren sowie Ausstellen und Vermitteln entspricht. Die laufende Finanzierung gewährleistet den angemessenen Betrieb 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. Hierbei ist zu unterscheiden zwischen Spenden, zweckgebunden für ein bestimmtes Projekt oder für den allgemeinen Museumsbetrieb und Sponsorengeldern, die mit entsprechenden Gegenleistungen des Museums, z.B. auf der Grundlage eines Sponsoring-Vertrags, verbunden sind.

Die Darstellung der Ausgaben sollte nicht nur das vorhandene Gesamtbudget erkennen lassen, sondern auch deutlich machen, welche Mittel tatsächlich für die musealen Kernaufgaben verfügbar sind.

c. 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.

d. Status des Museumsgebäudes

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

Auch die bauliche Unterhaltung ist durch entsprechende Regelungen verbindlich und langfristig sichergestellt. Wichtig sind ggf. auch Hinweise auf Sanierungsbedarf oder Auflagen in Verbindung mit dem Denkmalschutz.

Tipp

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

Nachweise

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

II. Leitbild und Museumskonzept

a. 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.

Aus dem Leitbild sollten bereits grundsätzliche Werte und Haltungen des Museums hervorgehen, die dann im Museumskonzept (siehe Basisanforderungen Abschnitt II. b.) vertieft dargestellt und auch in den Einzelkonzepten insbesondere zum Sammeln, Dokumentieren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln aufgegriffen werden.

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 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 (5 bis 7 Jahre), nach der es zu überprüfen ist.

In der Leitbildentwicklung sollten folgende Leitfragen bearbeitet werden

- 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.
Berücksichtigt werden sollten auch die sozialen Aufgaben des Museums.

Nachweise

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

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

- Autor*innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)
- Fristsetzung der Gültigkeit

b. 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 bis 7 Jahre), nach der es zu aktualisieren ist.

Das Museumskonzept umfasst im Sinne eines Statuts folgende Aspekte:

- Rahmenbedingungen des Museums
- Rechtlicher Status
- Finanzielle Grundlagen
- Leitbild, ggf. in Kurzform und/oder als Hinweis auf gesondertes Leitbild
- Geschichte, Entwicklung und Profil des Museums
- Stärken- und Schwächenanalyse der vorhandenen Substanz (Sammlungen, Räumlichkeiten, Personal, technische Ausstattung)
- Kernaufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen und Dokumentieren
- Kernaufgaben Ausstellen und Vermitteln: Vermittlungsziele und Ausstellungsprogramm
- Verwaltung und Management
- Service- und Dienstleistungen, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit
- Perspektiven und Visionen

- Probleme, Handlungsbedarf, Zeitplan für notwendige Maßnahmen, Darlegung der notwendigen Ressourcen

Die bereits im Leitbild angedeuteten Werte und Haltungen im Selbstverständnis des Museums werden im Museumskonzept aufgegriffen und vertieft.

Nachweise

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

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

- Autor*innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)
- Fristsetzung der Gültigkeit

III. Personal und Museumsmanagement

a. 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 sowie die Anforderungen an eine gezielte Personalentwicklung.

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. Wichtige Querschnittsaufgaben wie diversitätsorientierte Öffnung, kulturelle Vielfalt und Teilhabe werden bei der Weiterbildung der Mitarbeiter*innen berücksichtigt.

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

- Siehe unter Basisanforderungen Abschnitt III. b. Verwaltung und Museumsmanagement

b. 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 Personaltableau. 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
- Personalmanagement (Organisationsstruktur und Personalentwicklung)
- Gremien, Mitgliederbetreuung
- Finanzplanung (Wirtschaftsplanung, Buchhaltung, Controlling)

Extern

- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (siehe Basisanforderungen Abschnitte III. c. und IV.)

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

Nachweise

- Organigramm und Stellenplan:
Aus den Unterlagen sollte deutlich werden, welche personellen Kapazitäten tatsächlich für die einzelnen Arbeitsbereiche zur Verfügung stehen (durchschnittliche Wochenstundenzahl, Vollzeitäquivalente o.ä.)

c. 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. Basisanforderungen Abschnitt IV. Öffentlichkeitsarbeit und PR).

Um wahrgenommen zu werden, ist Werbung für das Haus und seine Produkte in der Regel unverzichtbar. Termin- und zielgruppengerechte Werbemittel werden eingesetzt.

Museen sind häufig 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 Vertretern aus Politik, Wirtschaft (auch: Einzelhandel und Gastronomie) und Verwaltung, zu Tourismusorganisationen 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 etc.)

Nachweise

- Darstellung der Marketingmaßnahmen:
Grundsätzliches zu Strategie und Formaten, optional Marketingkonzept
- Besuchszahlen der letzten 3 Jahre

IV. 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. Besonderes Augenmerk wird auf zielgruppenspezifische Kommunikationswege gelegt (z. B. für Bildungseinrichtungen, Senioreneinrichtungen und Migrantenselbstorganisationen).

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, Politik und Verwaltung
- Planen Sie Informationsveranstaltungen, „Danke schön Aktionen“ für Ihre Interessenvertreter und Partner

Nachweise

- Übersicht der öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen (keine Flyer beilegen)

V. 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 dem anvertrauten Sammlungsgut erkennen und berücksichtigt die Notwendigkeit von Dokumentation, Bewahrung, Konservierung, ggf. Restaurierung und angemessene Bedingungen für Ausstellung oder Lagerung im Depot jedes einzelnen neu aufgenommenen Gegenstands.

Das Sammlungskonzept berücksichtigt für das Museum wichtige Querschnittsthemen wie zum Beispiel demographischer Wandel, Migration und Diversität.

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

Das Sammlungskonzept benennt die Sammlungsbereiche und enthält Richtlinien für den Umgang mit den Beständen.

Zum Erhalt der Bestände siehe Basisanforderungen Abschnitt VI. Bewahren und Erhalten.

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 dem Aufbau bzw. der Neuorientierung 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 liegt ein Leitfaden des Deutschen Museumsbundes vor (siehe Abschnitt 8. Leitfäden im Teilnehmerordner).

Das Sammlungskonzept umfasst 3 bis 8 Seiten und enthält im Sinne eines Statuts folgende Aspekte:

- Sammlungsgeschichte
- Zweck und Ziel der Sammlung
- Sammlungsethik des Museums
- Bestandsgruppen und Schwerpunkte
- Perspektiven der Weiterentwicklung
- Sammlungsstrategie
- Möglichkeiten der Sammlungserweiterung, Kontakte mit Sammlern und Kunsthandel
- 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
- ggf. integriertes Sammlungspflegekonzept (siehe Basisanforderungen Abschnitt VI. b.)

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

Nachweis

- Pflichtkonzept 3: Sammlungskonzept

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

- Autor*innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)
- Fristsetzung der Gültigkeit

VI. Bewahren und Erhalten

Der Sammlungspflege mit den zentralen Aspekten der Vorbeugung und Sicherheit kommt eine Schlüsselrolle zu. Sie stellt die Grundvoraussetzung für den Erhalt der Sammlung dar und stehen somit im Mittelpunkt des Themas Bewahren und Erhalten im Rahmen des Museumsgütesiegels.

Die Sammlungspflege umfasst alle Fragen der präventiven Konservierung der Sammlungen, von den Exponaten selbst bis zu deren Standortbedingungen in Depot oder Ausstellungsbereich.

Die Sammlungspflege 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 alle Aspekte der Sammlungspflege optimal abdecken. Die Museen legen deshalb in Konzepten und erläuternden Dokumenten ihre Grundeinstellungen und ihre Bemühungen in diesem Bereich dar.

a. Bauliche Voraussetzungen

Im Bereich Gebäudemanagement wird durch den Träger bzw. Eigentümer zur Erhaltung und Pflege von Bausubstanz und Sammlungsbestand beigetragen (siehe 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.

Idealerweise liegt ein *facility-report* vor, der die räumlichen und konservatorischen Bedingungen des Museums zusammenfasst, insbesondere als Bestandteil vertraglicher Vereinbarungen im Leihverkehr.

b. Sammlungspflege – Sammlungspflegekonzept

Jedes Museum ist sich seiner Verantwortung bewusst und praktiziert die Sammlungspflege in angemessener Weise. Voraussetzung für die Vergabe des Museumsgütesiegels ist ein Mindestmaß an fachlichen, personellen und materiellen Ressourcen, ein schriftlich niedergelegtes Sammlungspflegekonzept, das Wissen um die Defizite im Haus und eine praktikable Organisationsstruktur.

Das Sammlungspflegekonzept fixiert Regeln und Anleitungen zur Handhabung und Pflege der Sammlungsbestände und umfasst maximal 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
- Bestimmung der erforderlichen Bedingungen für die einzelnen Sammlungsgruppen (Klimawerte u. ä.)
- laufende Überwachung und Kontrolle
- klar geregelte Verantwortlichkeiten
- regelmäßige Schulung und Weiterbildung des Personals.

Nachweis

- Pflichtkonzept 4: Sammlungspflegekonzept

Das Sammlungspflegekonzept kann auch in das Sammlungskonzept (siehe Basisanforderungen Abschnitt V. Sammeln) integriert werden.

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

- Autor*innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)
- Fristsetzung der Gültigkeit

VII. Dokumentieren und Forschen

a. Dokumentieren

Die Dokumentation erschließt die Sammlung und zugehörige Informationen und ist damit 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 im Sinne eines Sammlungskatalogs 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 weitere wichtige Punkte sollten erfasst sein:

- Abmessungen
- Beschriftungen / Markierungen
- Besondere Merkmale

sowie:

- Kurzbeschreibung
- Foto

Die Dokumentation erschließt alle noch greifbaren Quellen als Basis für einen möglichst lückenlosen Nachweis der Herkunftsgeschichte (Provenienz) der Sammlungstücke. Eine problematische Herkunft wird aktiv erforscht, ggf. werden nicht rechtmäßig erworbene Gegenstände zurückgegeben (siehe auch Basisanforderungen Abschnitt VII. b. Forschen).

Verluste aus der Sammlung sind dokumentiert.

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

Das Museum stellt Teile seiner Sammlung mit Fotos und wichtigen Daten 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.

Der Dokumentationsplan umfasst 3 bis 8 Seiten und enthält folgende Punkte:

- Beschreibung des Ist-Zustands 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

b. Forschen

Forschung im Museum umfasst mehr als der gängige akademische Forschungsbegriff. In kleinen Museen, ohne wissenschaftlich ausgebildetes Personal können Grundlagen für eine weitergehende Forschung geschaffen werden. Museumsforschung arbeitet systematisch Bestandsgruppen auf (Bestandskataloge) oder findet thematisch im Zusammenhang mit geplanten Ausstellungen statt.

Das Museum verpflichtet sich im Sinne der Washingtoner Erklärung oder des Artenschutzabkommens zu Klärung der Provenienz der Sammlung und des rechtmäßigen Erwerbs (siehe auch Basisanforderungen Abschnitt VII. a. Dokumentieren). 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 kunst- und kulturhistorischer sowie sozial-, technik- und naturgeschichtlicher Sicht
- Befragung (und ggf. Neuinterpretation) der Sammlung unter dem Aspek Migration und kulturelle Vielfalt
- das Material und seine Verarbeitung, das Festhalten historischen Wissens zur Herstellung und Nutzung, sowie restauratorische Analysen und Erkenntnisse
- zu jedem Objekt sollte der ursprüngliche Zusammenhang, seine Vorbesitzer (Kontext, Provenienz, Erwerbsgeschichte) 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 Forschung Dritter. 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, Archive, 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.

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

- Beschreibung der bisherigen Forschungssituation
- Stand und Desiderate der Provenienzforschung
- 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 (Themen, Autor*innen, Kooperationspartner)
- 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 (optional)

- Forschungskonzept

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

- Autor*innen
- Datum der Erstellung / Beschlussfassung (Gremien)
- Fristsetzung der Gültigkeit

VIII. 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 Basisanforderungen Abschnitt III. b. 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. Das Museum bemüht sich, geeignete Einrichtungen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen wie Rollstuhlfahrer, Menschen mit Bewegungs- und Sinneseinschränkungen sowie Menschen mit eingeschränktem Verständnis zu schaffen. Veranstaltungen werden unter Berücksichtigung dieser Menschen geplant. Ebenso werden die Aspekte Migration

und kulturelle Vielfalt sowie die entsprechenden Zielgruppen berücksichtigt. Sowohl bei Ausstellungen als auch in der Vermittlungsarbeit werden Kooperationspartner einbezogen.

a. 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, ein Gestaltungskonzept sowie ein Konzept für Wechselausstellungen 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.

Ein Ausstellungskonzept umfasst folgende Punkte:

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

Ein 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

Ein Wechselausstellungsprogramm bzw. -konzept umfasst folgende Punkte:

- Verbindung mit dem inhaltlichen Profil des Hauses und der eigenen Sammlung
- Thematische Schwerpunkte
- Zielgruppen
- Kooperationspartner

b. Vermitteln – Vermittlungskonzept

Das Museum strebt an, alle Altersgruppen und Gesellschaftsschichten zu erreichen und ermutigt zur aktiven Teilhabe an der Kultur (Prinzipien der Partizipation und Inklusion). 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.

Das Vermittlungskonzept umfasst 3 bis 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

Nachweise

- Pflichtkonzept 6: Vermittlungskonzept

Nicht vergessen: Kennzeichnung / Impressum

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

IX. 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 die Tourismusorganisationen vor Ort und machen Sie Kombiangebote (Stadtführungen, Fahrradtouren, Themen-Wanderwege etc.)
- Entwickeln Sie Ideen zu attraktiven Eintrittspreisen (Kombitickets, Gutscheine etc.).
- Denken Sie über weitere Einnahmequellen nach (Vermietungen, Dienstleistungen etc.)

Nachweise

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

Hinweis:

Beachten Sie weitere museale Serviceangebote in anderen Abschnitten der Basisanforderungen und des Fragenkatalogs

- Archiv, Bibliothek, Sprechstunden / Fundberatung – siehe Basisanforderungen Abschnitt VII. b. Forschen
- Führungen, Medienguides etc. – siehe Basisanforderungen Abschnitt VIII. b. Vermitteln