

1 Zur Untersuchung museumspädagogischer Angebote an bundesdeutschen Museen im Jahr 1992

Das Institut für Museumskunde nimmt in seine jährliche bundesweite Erhebung der Besuchszahlen aller Museen seit einigen Jahren regelmäßig Zusatzfragen zu wechselnden Inhaltsschwerpunkten auf. Dies dient unter anderem der inhaltlichen Vertiefung und Interpretation der statistischen Angaben über Besuchszahlen, ihrer Veränderungen im Verlauf der Erhebungsjahre und einer Klärung der entscheidenden Veränderungsfaktoren aus den unterschiedlichen Bereichen der Museumsarbeit. So wurden in 1993 für das Jahr 1992 zum zweiten Mal Fragen zur Museumspädagogik (erstmalig 1988 für das Jahr 1987) zusätzlich zu den museums- und ausstellungsbezogenen Fragen aufgenommen. Dem Erhebungsbericht über die Besuchszahlen der Museen in der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1992¹ waren bereits einige wenige Ergebnisse zu entnehmen. Durch eine ergänzende Nacherhebung² an einer Reihe von Museen konnten diese dort veröffentlichten Ergebnisse vervollständigt und überarbeitet werden. Ziel der folgenden Ausführungen ist es, die Antworten der Museen zum Fragenkomplex "Museumspädagogik" ausführlicher darzulegen und durch Zusatz-Informationen interpretativ zu ergänzen. Es soll damit ein statistischer Überblick gegeben werden, in wievielen Museen welche museumspädagogischen Arbeitsformen praktiziert werden, wer diese museumspädagogische Arbeit leistet und mit welchen Einrichtungen kooperiert wird. Mit dieser Zusammenfassung der Einzelangaben der Museen werden aktuelle bundesweite quantitative Aussagen dargestellt. Aufgrund des hohen Rücklaufes (89,3 % der Museen sandten ihren Fragebogen zurück) kann davon ausgegangen werden, daß die im folgenden dargestellten Ergebnisse unserer Erhebung einen repräsentativen Überblick über die Situation der Museumspädagogik an den Museen der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1992 liefern.

Im ersten Teil des Berichtes werden die Ergebnisse insgesamt dargestellt und die Angaben der Museen in den neuen Bundesländern – einschließlich dem ehemaligen Berlin (Ost) – denen der Museen in den alten Bundesländern – einschließlich Berlin (West) – gegenübergestellt.

In einem zweiten Teil werden dann nur die Museen in den alten Bundesländern und Berlin (West) betrachtet, für die sowohl Angaben für 1987 als auch für 1992 vorliegen. Durch den Vergleich dieser Museumsangaben können mögliche Veränderungen für

¹ Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1992, Heft 38 der Materialien aus dem Institut für Museumskunde SMB-PK, Berlin 1993

² Die Nacherhebung wurde in Absprache mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V., dem Arbeitskreis Museumspädagogik Ostdeutschland e.V. sowie in Zusammenarbeit mit der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, München durchgeführt. Die Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen übernahm den Versand der Fragebögen und die Auswertung für die in Bayern liegenden Museen und zentralen museumspädagogischen Dienste. Die Ergebnisse der Untersuchung für die bayerischen Museen werden veröffentlicht in Heft 8 der Reihe "Museum heute" der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen (Christine Schmid-Egger: Zur Situation der Museumspädagogik an bayerischen Museen. Ergebnisse zweier Umfragen), München 1994.

den Bereich der Museumspädagogik innerhalb des Fünf-Jahres-Zeitraumes 1987-1992 festgestellt werden.

Durch die statistischen Angaben läßt sich belegen, an wievielen Museen bewußt museumspädagogisch gearbeitet wird. Inhalte und Intensität der jeweiligen Arbeit und das jeweils dahinterstehende Selbstverständnis bzw. die Auffassungen von den Aufgaben der Museumspädagogik sind diesen Daten nicht zu entnehmen. Wir hielten es daher für wichtig, Beschreibungen konkreter museumspädagogischer Arbeit von einzelnen Museen hinzuzufügen, um damit zu illustrieren, was sich hinter den Zahlen verbergen kann. In Teil 3 wird an einigen Beispielen die museumspädagogische Arbeit von Museen und zentralen Diensten vorgestellt.

Zum Aufgabenbereich Museumspädagogik existieren verschiedene Ansätze und Konzeptionen, unterschiedlich definiert je nach lokalen Ausgangsbedingungen, Museumsart und Vorstellungen der jeweils in diesem Bereich Tätigen (vgl. Vieregg, 1994). So variiert z.B. im Unterschied zu vielen anderen Bildungseinrichtungen die institutionelle und organisatorische Verankerung (Rohmeder, 1980), es werden unterschiedliche Zielgruppen museumspädagogischer Arbeit genannt und theoretisch begründet (Weschenfelder/Zacharias, 3. Auflage 1992; Miles, 2. Auflage 1988). Auch die Diskussion, inwieweit die Ausstellungsdidaktik als ein Teilbereich der Museumspädagogik zu betrachten sei, ist noch nicht abgeschlossen (Rohmeder, 1977; Hümmel, 1980; Weschenfelder/Zacharias, 3. Auflage 1992; AfeB, 1987). Aus dieser komplexen und inhomogenen Aufgabenstellung mit nach wie vor ungeklärten Fragen ergibt sich u.a. eine Professionalisierungsproblematik des im Museumsbereich jungen Berufszweiges (Hilgers, 1987; AfeB, 1987; Vogt, 1994; Standbein. Spielbein 36/37, 1993).

„Museumspädagogik in Zahlen“, Museumspädagogik im Vergleich: Seit der ersten umfassenden empirischen Untersuchung, die das Institut für Museumskunde 1988 über die museumspädagogische Arbeit in der damaligen Bundesrepublik vorlegte, sind einige Veränderungen eingetreten: der Zusammenschluß der Museumspädagoginnen und Museumspädagogen³ in Ost und West im März 1991 gab neue Impulse zur Entwicklung von Ausbildungsstandards und zur Einrichtung einer bundesweit wirksamen Interessenvertretung für die Museumspädagogik (vgl. Standbein.Spielbein Nr. 30/31, S.5). Im Dezember 1991 erfolgte in Hamburg der Zusammenschluß der Arbeitskreise Museumspädagogik e.V. zum Bundesverband Museumspädagogik e.V.

Die vom Deutschen Kulturrat – ein Zusammenschluß von mehr als zweihundert bundesweit aktiven Organisationen aus dem Kultur- und Medienbereich – vorgenommene Bestandsaufnahme einer notwendigen Professionalisierung im museumspädagogischen Bereich (Deutscher Kulturrat, 1988⁴), wird in ersten koordinierten Ansätzen durchgeführt: sei es durch das inzwischen etablierte Fortbildungsangebot der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel, durch Übernahme oder modifizierte Fortführung von museologischen Ausbildungsinstitutionen in den neuen Bundesländern, sei es durch Tagungen zu diesem Themengebiet wie in Wolfenbüttel 1992 (Standbein.Spielbein Nr.

³Im nachfolgenden Text bezeichnen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in dieser Funktion der Kürze wegen als Museumspädagogen. Damit soll keine geschlechtsspezifische Wertung verbunden sein.

⁴Erneuert wurde diese Forderung 1994: Perspektiven kultureller Bildung. Band 1: Konzeption kultureller Bildung. Essen 1994

36/37, Okt. 1993) oder ausgerichtet vom Deutschen Museumsbund (1994) oder ICOM (1994).

Zu vermerken ist allerdings auch eine inzwischen in der Literatur verbreitete Position, nach der die Vermittlungsaufgabe des Museums nicht nur eine Aufgabe der Museumspädagogik ist, sondern das gesamte Museumspersonal betrifft. Entsprechend richten sich inzwischen Professionalisierungsfragen nicht nur an Museumspädagogen, sondern auch an die in der Hauptsache fachwissenschaftlich ausgebildeten Kuratoren. Diese Diskussion vollzieht sich beispielsweise vor dem Hintergrund der theoretischen Ansätze von Lübke und Korff (vgl. Zacharias 1990).

1.1 Vorgehensweise

Die Kopplung dieser Erhebung mit der bundesweiten als schriftliche Institutionenbefragung konzipierten Besuchszahlenerhebung machte wieder eine Beschränkung auf einfach zu beantwortende Sachfragen zum Komplex Museumspädagogik notwendig. Grundlagen für die Formulierung unserer Fragen an die Museen bildeten die Ergebnisse unserer ersten bundesweiten Erhebung zur Museumspädagogik 1988.

Charakteristikum und damit Vorgabe bei der Fragenformulierung jeder Institutionenbefragung ist es, daß bei heterogen organisierten Institutionen sehr unterschiedliche Zielpersonen den verschickten Fragebogen ausfüllen müssen, wobei die fragende Institution keinen unmittelbaren Einfluß darauf nehmen kann, wer den Bogen letztlich ausfüllt. Daher werden möglichst solche Fragen ausgewählt, die empirisch überprüfbar sind und deren Beantwortung möglichst wenig Interpretationen eines bestehenden Sachverhalts nötig erscheinen lassen. Im Falle des Fragenkomplexes "Museumspädagogik" bedeutete dies, daß nach Formen der Vermittlungsarbeit, Führungen, Kursen etc. gefragt werden konnte, weil diese Fragen jede(r) Mitarbeiter(in) jedes angeschriebenen Museums anhand der meist schriftlich vorliegenden Broschüren zu den museumspädagogischen Angeboten leicht beantworten kann. Nicht gestellt werden konnten dagegen Fragen nach den genauen Vermittlungsinhalten oder nach dem jeweiligen Verständnis und der begrifflichen Abgrenzung von "Museumspädagogik".

Die Vorteile dieser Erhebungsform sollten jedoch ebenso deutlich gesehen werden: jede inhaltlich vertiefende Erhebung muß sich, will sie den Anspruch auf Repräsentativität erheben, auf eine überschaubare Zahl von Einzelfällen beschränken, deren Auswahl die strukturelle Kenntnis der gesamten museumspädagogischen Szene voraussetzt. Diese strukturellen Daten können nun mit der vorliegenden Erhebung erstmals auch für die Museen in den neuen Bundesländern vorgestellt werden, und für die Museen der alten Bundesländer lassen sich erste Vergleiche anstellen.

In den folgenden Ausführungen und Tabellen werden aus historisch-inhaltlichen Gründen die Museen der ehemaligen Bundesrepublik Deutschland einschließlich Berlin (West) unter dem Begriff "Museen der alten Bundesländer" gefaßt und die Museen der ehemaligen DDR einschließlich Berlin (Ost) unter dem Begriff "Museen der neuen Bundesländer".

Bei der Frage, wer die museumspädagogische Tätigkeit durchführt, zeigt sich wieder, daß neben den in den Museen angestellten Museumspädagogen auch Museumspädago-

gen anderer Einrichtungen tätig sind. Da es sich hierbei teilweise um andere Institutionen als die von uns angesprochenen Museen handelt, erwies es sich als notwendig, diese Einrichtungen in einer Nacherhebung ebenfalls zu befragen. Die Ergebnisse sind in Abschnitt 1.4.3 'Museumspädagogische Arbeit von zentralen Diensten und anderen Einrichtungen außerhalb des Museums' dargelegt. Durch diese weitere Befragung, sowie durch die ergänzende Befragung an Museen mit hauptamtlichen Museumspädagogen, ergeben sich leichte Verschiebungen gegenüber den bereits Ende 1993 publizierten Daten zur Museumspädagogik im Heft 38 der Materialien aus dem Institut für Museumskunde.

Insgesamt haben für das Jahr 1992 4.475 Museen und museumsähnliche Einrichtungen bzw. Museumskomplexe einen Fragebogen erhalten. Davon schickten 3.995 Einrichtungen die Fragebögen zurück; dies entspricht einem Rücklauf von 89,3 %. 3.657 (81,7 %) Fragebögen enthielten Angaben zur Museumspädagogik. Die Befragung erfolgte im Frühjahr 1993, und die Museen wurden um Angaben für das Jahr 1992 gebeten. Insgesamt konnten also 3.657 Erhebungs-Fälle ausgewertet werden. Keine Berücksichtigung in der folgenden Auswertung fanden Museen, die geschlossen waren und daher keine Auskünfte zur Museumspädagogik erteilten – trotz möglicher Beschäftigung eines Museumspädagogen.

Bereits an dieser Stelle soll ein Hinweis auf ein interessantes Ergebnis erfolgen: In nur 210 der 3.657 ausgewerteten Museen (5,7 %) gab es überhaupt keine museumspädagogischen Angebote oder entsprechende Kontakte, Personalstellen und Publikationen. Das bedeutet unter anderem, daß in über 94 % der Museen zumindest ansatzweise museumspädagogische Arbeit geleistet wird.

Die folgenden Abschnitte gliedern sich nach den Einzelfragen der Erhebung: Museumspädagogische Angebote, ihre Häufigkeitsverteilung bezogen auf die Museumslandschaft der Bundesrepublik Deutschland, Organisationsformen museumspädagogischer Arbeit einschließlich Stellensituation und Zuordnungsformen der Museumspädagogen, häufige Zielgruppen und Kooperationspartner für die Vermittlungsarbeit sowie Publikationen der Museen.

Im ersten Teil soll der Stand der Museumspädagogik für die Museen der neuen und alten Länder vergleichend gegenübergestellt werden. Es zeigt sich dabei u.a., daß die museumspädagogische Stellensituation in den neuen Bundesländern im Vergleich zu den alten Bundesländern um ein Vielfaches besser ist bzw. 1992 noch war. Ein Grund hierfür liegt sicherlich darin, daß in der ehemaligen DDR Museumspädagogik als Teil eines umfassenden sozialistischen Bildungssystems gewertet wurde (Patzwall/Jahn, 1983).

In einem zweiten Teil werden nur die Museen betrachtet, die sowohl 1987 und 1992 Auskünfte zur Museumspädagogik erteilten. Speziell in diesem Kapitel ist zu sehen – allerdings nur für die alten Bundesländer –, wie sich die Situation der Museumspädagogik an den Museen innerhalb von fünf Jahren im Hinblick auf eine Verbesserung der Stellensituation oder im Hinblick auf einen Ausbau und eine Differenzierung museumspädagogischer Angebote verändert hat.

Zur inhaltlichen Erläuterung der Erhebungsdaten werden in Teil 3 einige Kurzdarstellungen der museumspädagogischen Arbeit an exemplarisch ausgewählten Museen und museumspädagogischen Zentren vorgestellt.

1.2 Vermittlungsarbeit im Museum

Nach wie vor werden in der museumspädagogischen Arbeit drei Vermittlungsformen unterschieden:

- personale Vermittlungsformen: hierunter faßt man alle Formen der Vermittlungstätigkeit, die in unmittelbarem Kontakt mit dem Besucherpublikum stattfinden, wie Führungen, Besuchergespräche u.a.,
- mediale Vermittlungsformen: hierzu zählen sammlungs- oder ausstellungserläuternde Maßnahmen in Form von Printmedien, Ton-/Dia-Schauen, modernen Bildschirminformationssystemen und Ähnliches,
- die Ausstellungsdidaktik, die im Unterschied zu den zuvor genannten Vermittlungsformen nicht eine fachsystematisch strukturierte Sammlung oder Ausstellung "pädagogisch nachbereitet", sondern bereits in der Konzeption Vermittlungsmaßnahmen (z.B. mit szenischen Anordnungen oder Aktivitätsmöglichkeiten) für den ungeleiteten Besucher integriert, oder auch eigene museumspädagogische Ausstellungen, wie z.B. Kindergalerien etc.

Wie in der Erhebung von 1988 wurde wiederum die Ausstellungsdidaktik nicht in die Befragung aufgenommen. Die Beantwortung der Frage nach ausstellungsdidaktischen Maßnahmen hätte nach den vorliegenden unterschiedlichen Vorstellungen (z.B. Breithaupt/Joerißen, 1986; Buck, 1988; Heinje, 1989; Hilgers, 1975; Knoch, 1989; Lange-meyer, 1976; Liebelt, 1990; Mattern, 1988; Paatsch, 2. Aufl. 1990) vermutlich zu einer starken Unschärfe in den Antworten geführt. Denn die Frage nach einer Ausstellungsdi-daktik berührt ein konzeptionelles, je nach Museen unterschiedliches Verständnis und ist mit dem quantitativen Instrumentarium im Rahmen einer alljährlichen Gesamterhebung schwer zu erfassen.

Die Frage nach der Vermittlungstätigkeit der Museen und ihren museumspädagogischen Angeboten wird von den einzelnen Museen unterschiedlich beantwortet. In einem Mu-seum versteht man hierunter nur Unterrichtsangebote für Schulen, in einem anderen eine umfassende Zielgruppenarbeit und im nächsten wird darunter die gesamte Aus-stellungstätigkeit eines Hauses gefaßt⁵.

In der Unterteilung museumspädagogischer Angebote als personale und mediale Ver-mittlungsformen orientierten wir uns an den "Empfehlungen der Arbeitsgemeinschaft nordrheinwestfälischer Museumpädagogen" (Hrsg.: LV Rheinland, Düsseldorf, o.J.), die für die mediale Vermittlung beispielsweise Arbeitsblätter, Texte, Diaserien nen-nen, und für die personale Vermittlung solche Angebote wie Führungen, Kurse, Spiele u.ä. Wie bereits erwähnt wurde in der hier vorgelegten Erhebung ein Teilbereich der musealen Vermittlung – die Mitarbeit von Museumspädagogen an Schausammlungen und Ausstellungen – erneut ausgeklammert, da sie bisher praktisch kaum vertreten ist. In einer Sondererhebung bei zentralen museumspädagogischen Diensten und Ar-beitsstellen wurde jedoch diese Frage mit aufgenommen, da eine Vorstudie für diesen "etablierten" museumspädagogischen Zweig dies empfehlenswert erscheinen ließ.

⁵Vgl. Hümmer (1980), der das unterschiedliche museumspädagogische Verständnis systema-tisch aufschlüsselte.

Unsere nahezu vollständige Erhebung gibt einen umfassenden Überblick über die museumspädagogischen Angebote, wobei die Ausführungen Aufschluß geben über:

- das Spektrum museumspädagogischer Angebote, die ganz allgemein in personale und mediale Vermittlungsarbeit getrennt werden,
- den Verbreitungsgrad museumspädagogischer Angebote, d.h. die Häufigkeit museumspädagogischer Vermittlungsangebote an den Museen,
- den kombinierten Einsatz dieser Angebote, wie er an den einzelnen Museen vorliegt.

Allerdings ist aufgrund dieser Daten keine Aussage darüber möglich, ob es sich dabei eher um eine sammlungsbezogene Erläuterung der Bestände handelt oder um ein Bemühen, dem Besucher die Museumsinhalte in ihren übergreifenden Lebens- und Kulturzusammenhängen zu vermitteln. Genauso läßt sich aus diesen Daten nicht schließen, ob beispielsweise Führungen nach vorheriger Anmeldung erfolgen, ob sie inhaltlich fachdidaktisch konzipiert sind und sich auf bestimmte Zielgruppen beziehen.

1.2.1 Personale Vermittlungsarbeit

Die besonderen Formen personaler Vermittlungsangebote waren in der Erhebung unter Vorgabe bestimmter Kategorien (s. Anhang) mit der Frage aufgenommen: "Welche pädagogische Betreuung von Museumsbesuchern findet in Ihrem Museum statt?" Eine Unschärfe in den Antworten ist hier nicht auszuschließen, da prinzipiell alle öffentlichen Maßnahmen genannt werden können.

Doch durch die Antworten nach den Zielgruppen (vgl. Kapitel 1.5) und den für die Museumspädagogik Verantwortlichen (vgl. Kapitel 1.4) wird sich ein klareres Bild zeichnen lassen. Welche museumspädagogische Konzeption (fachorientiert und/oder besucherorientiert) in den einzelnen Museen vorliegt, konnte wiederum nicht Gegenstand der insgesamt umfangreichen Erhebung sein. Ziel war vielmehr, das Spektrum museumspädagogischer Angebote auszuloten, deren Häufigkeit und Verbreitungsgrad. Daher wird im vorliegenden Kapitel das Spektrum der verschiedenen Angebote vorgestellt, während sich im Abschnitt 1.3 die museumspädagogischen Angebote auf die unterschiedlichen Museumsarten und Besuchsgrößen aufgeschlüsselt finden.

Insgesamt haben 3.657 Museen Angaben zur Museumspädagogik gemacht. Bezogen auf diese Grundgesamtheit zeigt die prozentuale Verteilung in beiden Gruppen (neue Bundesländer: 734 und alte Bundesländer: 2.923) in der Tabelle 1 die äußerst dominante Vermittlungsform der Führung, gefolgt von Vorträgen. Als drittstärkste Gruppe ist in den alten Bundesländern die fremdsprachige Führung zu verzeichnen, während für die Museen in den neuen Bundesländern Ferienprogramme im Vordergrund stehen, ergänzt durch einen fast ebenso starken Anteil an Unterricht, der im Vergleich zu den alten Bundesländern überraschend hoch ist. Die starke Schulorientierung in den neuen Bundesländern ist vermutlich mit der eingangs erklärten ehemaligen Funktion der Museumspädagogik zu erklären, die als Teil des sozialistischen Bildungssystems aktiv ausgebaut war. Ebenso könnte dadurch verständlich sein, daß nahezu in allen Rubriken der personalen Vermittlungsangebote eine leichte bis ausgesprochen starke Dominanz sichtbar wird. Einzige Ausnahme bilden die fremdsprachigen Führungen.

Tabelle 1: Personale Vermittlungsangebote

Personale Vermittlungsangebote	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer	
	Anzahl	in % *	Anzahl	in % **	Anzahl	in % ***
Führungen, deutschsprachig	2.653	72,5	581	79,2	2.072	71,9
Führungen, fremdsprachig	956	22,1	138	18,8	818	28,0
Vorträge	1.187	32,5	345	47,0	842	29,8
Kurse	356	9,7	68	9,3	288	9,9
Arbeitsgemeinschaften	348	9,5	118	16,1	230	7,9
Seminare	328	9,0	60	8,2	268	9,2
Unterricht	577	15,8	241	32,8	336	11,5
Ferienprogramme	790	21,6	263	35,8	527	18,0
andere Aktionsprogramme	471	12,9	127	17,3	344	11,8
Vorführungen	623	17,0	133	18,1	490	16,8
Sonstiges	241	6,6	91	12,4	150	5,1

* in % der 3.657 Museen

** in % der 734 Museen in den neuen Bundesländern (einschl. Berlin (Ost))

*** in % der 2.923 Museen in den alten Bundesländern (einschl. Berlin (West))

Faßt man Kurse, Seminare und Arbeitsgemeinschaften aufgrund eventueller semantischer Probleme zusammen, ist auch hier eine Dominanz (33,6 % gegenüber 26,8 %) festzustellen.

Mehr als die Hälfte der Museen mit deutschsprachigem Führungsangebot bieten ihre Führungen regelmäßig an (1.394 der 2.653 Museen); in den Museen der neuen Bundesländer liegt der prozentuale Anteil der regelmäßigen Führungen deutlich höher als in den alten Ländern (61,3 % in den neuen Bundesländern, 50,1 % in den Museen der alten Bundesländer). Ferienprogramme werden sowohl in den alten als auch in den neuen Bundesländer etwa zur Hälfte regelmäßig und zur Hälfte gelegentlich organisiert. In den 118 Museen in den neuen Ländern, die ihren Besuchern Arbeitsgemeinschaften anbieten, findet die Hälfte dieser Arbeitsgemeinschaften regelmäßig statt, von den 230 Museen der alten Bundesländer mit Angebot an Arbeitsgemeinschaften wurden diese mehrheitlich nur sporadisch genannt (155 Museen). Alle anderen Vermittlungsangebote werden überwiegend nur gelegentlich angeboten. Für die Museen mit Vorträgen, anderen Aktionsprogrammen und Vorführungen gilt, daß sie – unabhängig ob in einem alten oder neuen Bundesland gelegen – in drei von vier Fällen diese Angebote nur gelegentlich offerieren. Wenn Kurse, Seminare und Unterricht angeboten werden, dann sowohl in den alten als auch in den neuen Ländern in zwei von drei Fällen gelegentlich.

Etwa 15 % der Museen mit fremdsprachigen Führungen bieten diese regelmäßig an.

Da bei der Beantwortung der Fragen nach personalen Vermittlungsangeboten Mehrfachnennungen möglich waren, sind die Kombinationen verschiedener Betreuungsformen interessant. Wie folgende Tabelle 2 zeigt, verfügen fast 60 % der Museen über mindestens zwei oder mehr Formen der personalen Besucherbetreuung, 474 Museen führen keine personale Betreuung ihrer Besucher durch.

Tabelle 2: Häufigkeit personaler Vermittlungsangebote

Anzahl personaler Vermittlungsangebote	Bundesrepublik Deutschland Anzahl in % ¹⁾		neue Bundesländer Anzahl in % ²⁾		alte Bundesländer Anzahl in % ³⁾		Bundesrepublik Deutschland in % ⁴⁾	neue Bundesländer in % ⁵⁾	alte Bundesländer in % ⁶⁾
Keine Angebote	474	13,0	49	6,7	425	14,6	—	—	—
1 Angebot	781	21,4	126	17,2	655	22,4	27,0	19,2	29,3
2	709	19,4	134	18,3	575	19,7	24,5	20,5	25,7
3	529	14,5	146	19,3	383	13,1	18,3	22,3	17,1
4	326	8,9	89	12,1	237	8,1	11,3	13,6	10,6
5	225	6,2	70	9,5	155	5,3	7,8	10,7	6,9
6	131	3,6	41	5,6	90	3,1	4,5	6,3	4,0
7	81	2,2	24	3,3	57	2,0	2,8	3,7	2,0
8	51	1,4	12	1,6	39	1,3	1,8	1,8	1,7
mehr als 8	59	1,6	13	1,7	46	1,6	2,0	2,0	2,0
keine Angaben	291	8,0	30	4,1	261	8,9	—	—	—

- 1) in % aller Museen in der Bundesrepublik Deutschland (3.657 Museen)
- 2) in % der Museen in den neuen Bundesländern (734 Museen)
- 3) in % der Museen in den alten Bundesländern (2.923 Museen)
- 4) in % der 2.892 Museen in der Bundesrepublik Deutschland mit Angaben zu Angeboten
- 5) in % der 655 Museen in den neuen Bundesländern mit Angaben zu Angeboten
- 6) in % der 2.237 Museen in den alten Bundesländern mit Angaben zu Angeboten

Keine personalen Angebote bzw. keine Angaben zu dieser Frage liegen in den Museen der neuen Bundesländer bei etwas über 10 % der Museen vor, während es in den alten Bundesländern über 23 % sind, d.h. umgekehrt betrachtet, daß in den Museen der neuen Bundesländer nahezu 90 % und in den alten Bundesländern demgegenüber etwas mehr als drei Viertel die Frage nach personalen Vermittlungsangeboten positiv beantwortet haben. Bei der Kombination bzw. Anzahl personaler Vermittlungsangebote in Tabelle 2 ist auffallend, daß Museen der alten Bundesländer eher ein oder zwei Angebotsformen angeben, während in den Museen der neuen Länder mehr als drei Vermittlungsformen in einem zwar geringen, aber durchgängig deutlichen Maß zu finden sind. Das bedeutet, daß das angebotene Spektrum personaler Vermittlungsformen in den Museen der neuen Bundesländer insgesamt größer ist als in den alten Bundesländern.

Die sonstigen Angaben bezogen sich z.B. auf kulturelle Angebote des Museums, die über die Vermittlung der Museumsinhalte hinausgehen, wie Exkursionen und

Stadtteelführungen oder ergänzende kulturelle Veranstaltungen (Theater- und Konzertaufführungen).

Bei den 781 Museen mit nur einem personalen Betreuungsangebot handelt es sich in 86,6 % (676 Museen) um Führungen, gefolgt von Vorträgen (26 Museen) und Vorführungen (25 Museen). Damit bieten im Rahmen personaler Vermittlungsarbeit ein Fünftel aller Museen (676, d.h. 18,5 % von 3.657) nur Führungen in ihrem Museum an.

2.111 Museen (58 %) verfügen – meist zusätzlich zur Führung – über weitere personale Betreuungsangebote. Von den 709 Museen mit zwei personalen Betreuungsangeboten werden am häufigsten die Kombination Führungen mit Vorträgen genannt, gefolgt von den Kombinationen Führungen – Vorführungen und Führungen – Seminare. 94 % der Museen mit drei personalen Betreuungsangeboten benennen Führungen als eines ihrer Angebote, am häufigsten kombiniert mit Vorträgen und Unterricht, gefolgt von Vorträgen und Vorführungen. Die Museen, die mehr als drei personale Angebote angeben, führen darunter fast immer Führungen auf.

Dies belegt die Dominanz der Vermittlungsform "Führung" in der museumspädagogischen Praxis in der Bundesrepublik Deutschland.

1.2.2 Mediale Vermittlungsarbeit

Mit der Frage 'Welche pädagogischen Hilfsmittel zum Museumsbesuch bieten Sie an?' sollten die medialen Vermittlungsangebote erfaßt werden, wobei die anzukreuzenden Möglichkeiten von modernen Bildschirminformationssystemen über Führungsblätter bis zur Präsenzbücherei reichten (vgl. Fragebogen im Anhang). Dieses breite Spektrum, das sich durch den Rücklauf der Antworten in der 88er Erhebung ergab, stellt eine interessante Aufschlüsselung dar, die sowohl ausstellungsdidaktische (Modelle u.ä.) wie auch andere bildungsfördernde Maßnahmen (Präsenzbücherei) enthält.

Mediale Vermittlungsangebote haben wie die personalen die Funktion eines ergänzenden Informationssystems zur Ausstellung. Im Unterschied zu den meisten personalen Vermittlungsangeboten sollen mediale Angebote wie Führungsblätter oder andere Begleitmaterialien dem Besucher die Möglichkeit bieten, sich selbst aktiv mit den Museums- und Ausstellungsinhalten auseinanderzusetzen. Ähnlich wie die Frage nach pädagogischer Betreuung wird – entsprechend dem unterschiedlich vorherrschenden Verständnis – in den Museen die Frage nach pädagogischen Hilfsmitteln unterschiedlich verstanden worden sein: Manche Museen werten diese ausstellungsunterstützenden Informationsmedien wie Führungsblätter rein sammlungsbezogen und haben deshalb – im Gegensatz zu anderen Museen – die Frage verneint. Sie sind also in der Gruppe der nicht antwortenden Museen ebenso vertreten wie in der Gruppe der antwortenden. Ein solches fachlich orientiertes Verständnis ist bei manchen Ausfüllern offenkundig, die Ausstellungskataloge und (gebundene) Museumsführer als mediale Instrumente zur Vermittlung der Sammlungs- und Ausstellungsinhalte ansehen. Diese bieten meist jedoch eine zu große Informationsfülle, um als Erarbeitungshilfe während eines Museumsbesuches dienen zu können, und erscheinen eher zur Vor- bzw. Nachbereitung eines Besuches geeignet zu sein (vgl. Kapitel 1.6.2).

Tabelle 3: Mediale Vermittlungsangebote

Mediale Vermittlungsangebote	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer	
	Anzahl	in % *	Anzahl	in % **	Anzahl	in % ***
Bildschirm- informationssysteme	124	3,4	17	2,3	107	3,7
Schautafeln	1.771	48,4	408	55,6	1.363	46,6
Ton-/Dia-Schauen	537	14,7	110	15,0	427	14,6
Video-/Filminformationen	649	17,7	110	15,0	539	18,4
Führungsblätter	964	26,4	206	28,1	758	25,9
akustische Führungsgeräte	105	2,9	31	4,2	74	2,5
Begleitmaterialien	778	21,3	199	27,1	579	19,8
Arbeitsblätter	558	15,3	88	12,0	470	16,1
Modelle, Nachbildungen	967	26,4	230	31,3	737	25,2
Ausleihmaterial	222	6,1	64	8,7	158	5,4
Präsenzbücherei	752	20,6	181	24,7	571	19,5

* in % der 3.657 Museen

** in % der 734 Museen in den neuen Bundesländern (einschl. Berlin (Ost))

*** in % der 2.923 Museen in den alten Bundesländern (einschl. Berlin (West))

Die Frage nach medialen Vermittlungsangeboten erhielt insgesamt weniger Antworten als die nach den personalen (etwa 70 % gegenüber knapp 80 %), d.h., es lagen für etwa 30 % bzw. 20 % der Museen keine Angaben zu diesen Fragen vor, oder sie wurden explizit verneint. Nahezu ein Drittel der Museen in den alten Bundesländern hat zur Frage nach medialen Vermittlungsangeboten keine Angabe gemacht oder kein mediales Vermittlungsangebot aufgeführt, während es in den neuen Bundesländern nur ein Fünftel der Museen waren, in denen sich keine Antworten in beiden Rubriken fanden.

Im prozentualen Vergleich der Museen insgesamt und der Museen in den alten bzw. den neuen Ländern in Tabelle 3 zeigt sich ein weniger eindeutiges Bild als bei den personalen Angeboten. Während bei der Ton-/Dia-Schau nur geringe Abweichungen (etwa 0,4 %) vorliegen, gaben Museen der alten Bundesländer wesentlich häufiger an, moderne technische Medien wie Video-Filminformationen oder elektronische Bildschirminformationssysteme einzusetzen. Akustische Führungsgeräte haben mehr Nennungen in den neuen Bundesländern. Dies entspricht der Dominanz personaler Vermittlungsangebote in diesen Museen, wie im vorigen Abschnitt dargestellt. Alle anderen Vermittlungsangebote sind stärker von den Museen in den neuen Bundesländern genannt, mit Ausnahme von Arbeitsblättern, diese werden von 12,0 % der Museen in den neuen Ländern und von 16,1 % der Museen der alten Bundesländer genannt.

Ähnlich wie die Tabelle 3, die die Formen der Vermittlungsangebote dokumentiert, ist

Tabelle 4: Häufigkeit medialer Vermittlungsangebote

Anzahl medialer Vermittlungsangebote	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer		Bundesrepublik Deutschland	neue Bundesländer	alte Bundesländer
	Anzahl	in % ¹⁾	Anzahl	in % ²⁾	Anzahl	in % ³⁾	in % ⁴⁾	in % ⁵⁾	in % ⁶⁾
Keine Angebote	639	17,5	84	11,4	555	19,0	—	—	—
1 Angebot	636	17,4	147	20,0	489	16,7	24,8	25,1	24,8
2	637	17,4	144	19,6	493	16,9	24,9	24,6	25,0
3	470	12,9	111	15,1	359	12,3	18,4	18,9	18,2
4	353	9,7	95	12,9	258	8,8	13,8	16,2	13,1
5	213	5,8	52	7,1	161	5,5	8,3	8,9	8,2
6	124	3,4	19	2,6	105	3,6	4,8	3,2	5,3
7	75	2,1	13	1,8	62	2,1	2,9	2,2	3,1
8	31	0,8	1	0,1	30	1,0	1,2	0,2	1,5
mehr als 8	21	0,5	4	0,5	17	0,6	0,7	0,6	0,9
Keine Angaben	458	12,5	64	8,7	394	13,5	—	—	—

- 1) in % aller Museen in der Bundesrepublik Deutschland (3.657 Museen)
- 2) in % der Museen in den neuen Bundesländern (734 Museen)
- 3) in % der Museen in den alten Bundesländern (2.923 Museen)
- 4) in % der 2.560 Museen in der Bundesrepublik Deutschland mit Angaben zu Angeboten
- 5) in % der 586 Museen in den neuen Bundesländern mit Angaben zu Angeboten
- 6) in % der 1.974 Museen in den alten Bundesländern mit Angaben zu Angeboten

auch aus der Tabelle 4 kein eindeutiges Bild im Vergleich zu den personalen Angeboten zu ersehen. Während ein oder zwei Angebote von Museen der alten und denen der neuen Bundesländer prozentual nahezu gleich aufgezählt werden, zeigen die folgenden Rubriken bis zu fünf verschiedenen Angeboten eine stärkere prozentuale Nennung seitens der Museen in den neuen Bundesländern, während mehr als sechs Angebote mit prozentualem "Übergewicht" bei den Museen der alten Bundesländer zu finden sind. Im Vergleich mit der Tabelle 3 bedeutet das insgesamt, daß das Spektrum medialer Vermittlungsangebote zwar in den Museen der neuen Länder überwiegt, aber eine Kombination verschiedener Angebote stärker in den Museen der alten Bundesländer vorgenommen wird.

In etwa einem Drittel der Museen, die ihren Besuchern Führungsblätter anbieten, liegen diese auch in fremdsprachiger Fassung vor. Akustische Führungsgeräte werden von fast jedem zweiten Museum für eine fremdsprachige Museumsführung genutzt (44 Museen der insgesamt 105 Museen, die akustische Führungsgeräte benannten). Andere mediale Angebote wie Begleitmaterialien, Schautafeln, Ton-/Dia-Schauen werden von den Museen in 15 bis 20 % auch fremdsprachig präsentiert.

Von den 2.560 (70 % von 3.657) Museen, die eine mediale Besucherbetreuung leisten, setzt etwa ein Viertel (636; 24,8 % von 2.560) nur jeweils ein Medium ein (vgl. Tab. 4);

überwiegend werden (unabhängig davon ob es sich um Museen der alten oder der neuen Bundesländer handelt) Schautafeln (an 255 Museen, 40,1 % von 636; 7 % von 3.657), gefolgt von Führungsblättern (109; 17,1 %) und Begleitmaterialien (59; 9,3 %) genannt. Ein weiteres Viertel der Museen (637) gab zwei mediale Vermittlungsangebote an. Hierbei handelte es sich am häufigsten um folgende Kombinationen: Schautafeln, Modelle/Nachbildungen (an 150 Museen), Schautafeln und Führungsblätter (87 Museen) sowie Schautafeln und Präsenzbücherei (50 Museen). Knapp 20 % aller Museen (639; 17,5 % von 3.657) haben angegeben, keine medialen Vermittlungsangebote bereitzustellen. 1.287 Museen, dies entspricht 35,2 % aller Museen mit Angaben zur Museumspädagogik, führen mehr als zwei Medien zur Vermittlung ihrer Sammlungsbestände an.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß Schautafeln, Modelle/Nachbildungen, Führungsblätter und Begleitmaterialien quasi zum Standard der medialen Vermittlungsarbeit zu zählen sind, während technische Medien und insbesondere sonstige, meist zielgruppenbezogen konzipierte, relativ seltener und auch erst dann zum Bestand zählen, wenn bereits der "Standard" erreicht ist.

1.2.3 Kombinierte personale und mediale Vermittlungsangebote

Die insgesamt geringeren Antworten der Museen zum Bereich mediale Vermittlungsangebote entspricht der bereits 1988 festgestellten Tendenz eines stärker vertretenen personalen Angebots. Es ist aber festzustellen, daß Museen häufiger als 1988 sowohl personale als auch mediale Vermittlungsformen einsetzen (vgl. Tabelle 5). Ob es sich hierbei um eine steigende Tendenz handelt, kann allerdings erst eindeutig durch einen Vergleich beantwortet werden (vgl. Kapitel 2.1).

Tabelle 5: Kombiniertes Einsatz personaler und medialer Vermittlungsarbeit

Vermittlungsart	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer	
	Anzahl	in % *	Anzahl	in % **	Anzahl	in % ***
Kombiniert personal und medial	2.384	65,2	566	77,1	1.818	62,2
Nur personal	302	8,3	51	6,9	251	8,6
Angabe zu personaler Vermittlungsform, aber keine zu medialer	206	5,6	38	5,2	168	5,7
Nur mediale	135	3,7	14	1,9	121	4,1
Angabe zu medialer Vermittlungsform, aber keine zu personaler	41	1,1	6	0,8	35	1,2
Keine Angaben	355	9,7	37	5,0	318	10,9

* in % der 3.657 Museen

** in % der 734 Museen in den neuen Bundesländern

*** in % der 2.923 Museen in den alten Bundesländern

Unabhängig von den eben formulierten eher allgemeinen Überlegungen führt die Kombination beider Formen zu interessanten Ergebnissen:

Faßt man jeweils die Rubriken zusammen, in denen Angaben zu personaler Vermittlung bzw. medialer Vermittlung stehen, läßt sich folgendes, vorsichtig formuliertes Ergebnis feststellen:

- die in Abschnitt 1.2.1 festgestellte Dominanz personaler Vermittlungsformen in den Museen der neuen Bundesländer ist nicht als ausschließlich zu werten, eher ist eine Kombination mit medialen Angeboten der "Normalfall";
- bezogen auf die Museen mit Auskunft zur museumspädagogischen Arbeit ist der kombinierte Einsatz sowohl personaler wie medialer Vermittlungsformen in den neuen Ländern mit 77,1 % gegenüber 62,2 % stärker vertreten.

Solche Ergebnisse lassen bereits erkennen, daß im Bezugsjahr 1992 die museumspädagogische Stellensituation in den Museen der neuen Bundesländer besser ausgesehen haben

muß, da personal intensive Vermittlungsangebote dort eher vertreten sind und durchaus in Kombination mit medialen Angeboten. Hingegen liegt in den Museen der alten Bundesländer nicht nur ein geringeres Angebot auf personaler Seite vor, sondern ebenso eine im Vergleich zu den neuen Ländern schwächere Kombination. Weiter geben die Ergebnisse einen Hinweis darauf, daß auch nur ausschließlich – entweder personal oder medial – gearbeitet werden kann.

1.3 Die Vermittlungsangebote in ihrer Beziehung zu Museumsart und Museumsgröße

Mit den folgenden Analysen soll Aufschluß darüber gegeben werden, welche Museen welche Vermittlungsangebote verstärkt einsetzen. Der Erhebung liegt dabei die Annahme zugrunde, daß Art und Umfang museumspädagogischer Arbeit von den museumspezifischen Bedingungen abhängig sind, die in ihrer Gesamtheit nicht erfaßt werden können. Es ist evident, daß kleine Heimat- und Volkskundemuseen mit überschaubaren Sammlungsbeständen ein geringeres Spektrum besucherbezogener Vermittlungsarbeit erfordern als große Museen mit komplexen Sammlungsbeständen. Ebenso sind die personellen und finanziellen Möglichkeiten für eine besucherbezogene Vermittlungsarbeit unterschiedlich. Außerdem hängt die tatsächlich geleistete Arbeit von dem Engagement der museumspädagogisch Tätigen und den Gestaltungsmöglichkeiten vor Ort ab.

Im folgenden sollen Museumsart und Museumsgröße in ihrem Zusammenhang mit den museumspädagogischen Angeboten untersucht werden. Die Einteilung der Museumsarten basiert auf der UNESCO-angegenäherten Klassifikation (vgl. Heft 38 der "Materialien aus dem Institut für Museumskunde", S. 25f), die Museen nach ihren Hauptsammelgebieten gliedert; als Indikator für die Größe der Einrichtung dienen die Besuchszahlen von 1992.

Im Kapitel 1.2 ließ die prozentuale Aufschlüsselung der personalen und medialen Angebote bezogen auf die Museen mit Angaben deutlich hervortreten, daß

- insbesondere fremdsprachige Führungen in der ansonsten im personalen Angebot starken Gruppe der Museen in den neuen Bundesländern überraschend gering vertreten sind. Dort dominieren vor allem Vorträge, Unterricht und Ferienprogramme,
- moderne elektronische Medien von den Museen in den alten Ländern prozentual häufiger eingesetzt werden, wohingegen die Printmedien – wenn man Arbeitsblätter, Begleitmaterialien und Führungsblätter als solche zusammenfaßt – in etwa gleich häufig genannt werden.

Betrachtet man unter diesem Gesichtspunkt die folgenden Tabellen 6 und 7, die je nach Besuchszahlengröße die jeweiligen personalen bzw. medialen Angebote auflisten, so wird in der Tabelle der personalen Angebote bis auf die "kleinen" Museen mit Besuchszahlen bis zu 5.000 die prozentual geringfügige bis starke Dominanz der Museen in den neuen Bundesländern ersichtlich. Die prozentual geringen Angaben in der ersten Besuchszahlengruppe sind wohl in erster Linie auf die geringe Anzahl fremdsprachiger Führungen zurückzuführen: sind beide Gruppen in den Angaben zu den deutschsprachigen Führungen im Verhältnis zu den Angaben insgesamt in etwa gleich, so beträgt der Anteil fremdsprachiger Führungen in den Museen der neuen Bundesländer knapp 13 % und in der Gruppe der Museen der alten Bundesländer ungefähr 19 %, wobei insgesamt fremdsprachige Führungen in dieser Größenzahlgruppe plausiblerweise gering vertreten sind.

Vorträge, Unterricht und Ferienprogramme bilden den Schwerpunkt der Angebote in den Museen der neuen Länder. Dieses unterschiedlich gewichtete personale Angebot entspricht vermutlich – wie Kapitel 1.4 noch zeigen wird – der Stellensituation in der Museumspädagogik im Jahr 1992.

Tabelle 6: Personale Vermittlungsangebote nach Museumsgröße (Teil 1)

Besuchszahl 1992	Museen in *	Keine päd. Betreuung		Führungen deutsch- sprachig		Führungen fremd- sprachig		Vorträge		Kurse		AGs	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
bis 5.000	Gesamt	179	11,3	1.149	72,2	278	17,5	416	26,1	53	3,3	122	7,7
	n.Bl.	19	6,6	224	77,2	39	13,4	119	41,0	11	3,8	39	13,4
	a.Bl.	160	12,3	925	71,1	239	18,4	297	22,8	42	3,2	83	6,4
5.001 – 10.000	Gesamt	18	3,8	406	87,3	131	28,2	220	47,3	59	12,7	57	12,3
	n.Bl.	3	2,3	117	89,8	21	16,0	80	61,1	13	9,9	23	17,6
	a.Bl.	15	4,5	289	86,5	110	32,9	140	41,9	46	13,8	34	10,2
10.001 – 15.000	Gesamt	17	7,8	181	83,8	51	23,6	85	39,4	33	15,3	24	11,1
	n.Bl.	—	0,0	50	89,3	9	16,1	28	50,0	7	12,5	11	19,6
	a.Bl.	17	10,6	131	81,9	42	26,3	57	35,6	26	16,3	13	8,1
15.001 – 20.000	Gesamt	8	5,6	122	85,3	53	37,1	61	42,7	20	14,0	25	17,5
	n.Bl.	2	6,5	27	87,1	8	25,8	18	58,1	5	16,1	9	29,0
	a.Bl.	6	5,4	95	84,8	45	40,2	43	38,4	15	13,4	16	14,3
20.001 – 25.000	Gesamt	4	3,2	111	88,8	53	42,4	52	41,6	20	16,0	16	12,8
	n.Bl.	1	4,2	22	91,7	5	20,8	15	62,5	2	8,3	3	12,5
	a.Bl.	3	3,0	89	88,1	48	47,5	37	36,6	18	17,8	13	12,9
25.001 – 50.000	Gesamt	18	5,7	278	88,3	161	51,1	143	45,4	62	19,7	40	12,7
	n.Bl.	2	3,0	59	89,4	20	30,3	31	47,0	9	13,6	12	18,2
	a.Bl.	16	6,4	219	88,0	141	56,6	112	45,0	51	20,5	28	11,2
50.001 – 100.000	Gesamt	6	3,6	149	89,2	86	51,5	80	47,9	35	21,0	21	12,6
	n.Bl.	2	5,6	30	83,3	10	27,8	22	61,1	7	19,4	6	16,7
	a.Bl.	4	3,1	119	90,8	76	58,0	58	44,3	28	21,4	15	11,5
100.001 – 500.000	Gesamt	9	5,5	144	88,3	104	63,8	87	53,4	58	35,6	31	19,0
	n.Bl.	1	2,6	36	94,7	22	57,9	22	57,9	11	28,9	10	26,3
	a.Bl.	8	6,4	108	86,4	82	65,6	65	52,0	47	37,6	21	16,8
500.000 – 1 Mio.	Gesamt	—	0,0	10	100,0	6	60,0	7	70,0	5	50,0	3	30,0
	n.Bl.	—	0,0	4	100,0	3	75,0	4	100,0	2	50,0	2	50,0
	a.Bl.	—	0,0	6	100,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	1	16,7
über 1 Mio.	Gesamt	—	0,0	2	66,7	2	66,7	2	66,7	2	66,7	1	33,3
	n.Bl.	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0
	a.Bl.	—	0,0	2	66,7	2	66,7	2	66,7	2	66,7	1	33,3

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

In den Museen der neuen Bundesländer gab es 1992 prozentual mehr feste Stellen für museumspädagogisches Personal, während in den Museen der alten Bundesländer die große Gruppe der freien Mitarbeiter für die museumspädagogische Arbeit unabdingbar ist.

Das vergleichsweise geringe Angebot in den kleinen Museen der neuen Bundesländer steht vermutlich damit im Zusammenhang, daß insbesondere solche Museen auf ehrenamtliche oder freiwillige Mitarbeit angewiesen sind, die aber im Vergleich zu den alten Bundesländern nicht so stark ausgeprägt vorliegt (vgl. Kapitel 1.4).

Tabelle 6: Personale Vermittlungsangebote nach Museumsgröße (Teil 2)

Besuchszahl 1992	Museen in *	Seminare		Unterricht		Ferien- programme		andere Aktions- programme		Vor- führungen		Museen je Gruppe mit Angaben **	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
bis 5.000	Gesamt	75	4,7	223	14,0	245	15,4	126	7,9	209	13,1	1.591	49,8
	n.Bl.	15	5,2	99	34,1	83	28,6	33	11,4	44	15,2	290	42,9
	a.Bl.	60	4,6	124	9,5	162	12,5	93	7,1	165	12,7	1.301	51,6
5.001 – 10.000	Gesamt	49	10,5	93	20,0	120	25,8	78	16,8	109	23,4	465	14,5
	n.Bl.	8	6,1	38	29,0	47	35,9	25	19,1	31	23,7	131	19,4
	a.Bl.	41	12,3	55	16,5	73	21,9	53	15,9	78	23,4	334	13,2
10.001 – 15.000	Gesamt	20	9,3	40	18,5	60	27,8	31	14,4	40	18,5	216	6,8
	n.Bl.	4	7,1	22	39,3	25	44,6	9	16,1	10	17,9	56	8,3
	a.Bl.	16	10,0	18	11,3	35	21,9	22	13,8	30	18,8	160	6,4
15.001 – 20.000	Gesamt	17	11,9	29	20,3	50	35,0	27	18,9	30	21,0	143	4,5
	n.Bl.	4	12,9	14	45,2	20	64,5	8	25,8	8	25,8	31	4,6
	a.Bl.	13	11,6	15	13,4	30	26,8	19	17,0	22	19,6	112	4,4
20.001 – 25.000	Gesamt	17	13,6	25	20,0	42	33,6	24	19,2	30	24,0	125	3,9
	n.Bl.	6	25,0	11	45,8	16	66,7	7	29,2	6	25,0	24	3,6
	a.Bl.	11	10,9	14	13,9	26	25,7	17	16,8	24	23,8	101	4,0
25.001 – 50.000	Gesamt	59	18,7	64	20,3	112	35,6	78	24,8	78	24,8	315	9,8
	n.Bl.	7	10,6	23	34,8	31	47,0	21	31,8	14	21,2	66	9,8
	a.Bl.	52	20,9	41	16,5	81	32,5	57	22,9	64	25,7	249	9,9
50.001 – 100.000	Gesamt	31	18,6	33	19,8	58	34,7	45	26,9	48	28,7	167	5,2
	n.Bl.	6	16,7	11	30,6	14	38,9	13	36,1	7	19,4	36	5,2
	a.Bl.	25	19,1	22	16,8	44	33,6	32	24,4	39	29,8	131	5,2
100.001 – 500.000	Gesamt	51	31,3	43	26,4	75	46,0	43	26,4	55	33,7	163	5,1
	n.Bl.	9	23,7	13	34,2	16	42,1	8	21,1	9	23,7	38	5,6
	a.Bl.	42	33,6	30	24,0	59	47,2	35	28,0	46	36,8	125	5,0
500.000 – 1 Mio.	Gesamt	1	10,0	4	40,0	5	50,0	4	40,0	3	30,0	10	0,3
	n.Bl.	1	25,0	2	50,0	3	75,0	2	50,0	1	25,0	4	0,6
	a.Bl.	—	0,0	2	33,3	2	33,3	2	33,3	2	33,3	6	0,2
über 1 Mio.	Gesamt	1	33,3	1	33,3	1	33,3	2	66,7	2	66,7	3	0,1
	n.Bl.	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0
	a.Bl.	1	33,3	1	33,3	1	33,3	2	66,7	2	66,7	3	0,1

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

** Gesamt: 3.198, n.Bl.: 676, a.Bl.: 2.522

Daß es sich bei Museen mit Besuchszahlen bis zu 5.000 Besuchen im Jahr insgesamt eher um Einrichtungen handelt, die mit bescheidenem Etat leben müssen, erklärt die Angaben zu medialer Ausstattung in Tabelle 7. Denn nach Tabelle 3 werden folgende drei Formen des medialen Angebots am häufigsten genannt: Schautafeln, Modelle/Nachbildungen und Führungsblätter. Alle drei Formen sind aber im prozentualen Vergleich mit den Museen, die jeweils dazu Angaben gemacht haben, in der ersten Besuchszahlengruppe (bis 5.000 Besuche im Jahr 1992) relativ gering vertreten. Sind bei den Schautafeln mit 711 zu 1.495 weniger als 50 % angegeben, so liegen die Werte in

Tabelle 7: Mediale Vermittlungsangebote nach Museumsgröße (Teil 1)

Besuchszahl 1992	Museen in *	Bildschirm- inf.sys.		Schau- tafeln		Ton-, Dia- Schau		Video-, Film- Info		Führ.- blätter		akust. Führ.- geräte		Begleit- materialien	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
bis 5.000	Gesamt	31	2,1	711	47,6	168	11,2	183	12,2	284	19,0	28	1,9	239	16,0
	n.Bl.	5	1,8	164	60,5	33	12,2	24	8,9	46	17,0	7	2,6	58	21,4
	a.Bl.	26	2,1	547	44,7	135	11,0	159	13,0	238	19,4	21	1,7	181	14,8
5.001 – 10.000	Gesamt	15	3,4	275	61,9	92	20,7	101	22,7	156	35,1	14	3,2	139	31,3
	n.Bl.	3	2,4	75	59,1	27	21,3	26	20,5	47	37,0	7	5,5	37	29,1
	a.Bl.	12	3,8	200	63,1	65	20,5	75	23,7	109	34,4	7	2,2	102	32,2
10.001 – 15.000	Gesamt	12	5,9	127	62,0	39	19,0	55	26,8	84	41,0	5	2,4	61	29,8
	n.Bl.	2	3,7	30	55,6	8	14,8	9	16,7	15	27,8	2	3,7	20	37,0
	a.Bl.	10	6,6	97	64,2	31	20,5	46	30,5	69	45,7	3	2,0	41	27,2
15.001 – 20.000	Gesamt	4	3,0	88	65,2	28	20,7	34	25,2	60	44,4	4	3,0	42	31,1
	n.Bl.	—	0,0	19	70,4	8	29,6	10	37,0	13	48,1	1	3,7	9	33,3
	a.Bl.	4	3,7	69	63,9	20	18,5	24	22,2	47	43,5	3	2,8	33	30,6
20.001 – 25.000	Gesamt	8	6,8	75	63,6	23	19,5	32	27,1	42	35,6	3	2,5	38	32,2
	n.Bl.	2	8,3	15	62,5	4	16,7	4	16,7	10	41,7	—	0,0	11	45,8
	a.Bl.	6	6,4	60	63,8	19	20,2	28	29,8	32	34,0	3	3,2	27	28,7
25.001 – 50.000	Gesamt	20	6,3	209	66,3	69	21,9	104	33,0	145	46,0	18	5,7	108	34,3
	n.Bl.	2	3,1	49	75,4	13	20,0	14	21,5	32	49,2	5	7,7	30	46,2
	a.Bl.	18	7,5	160	66,7	56	23,3	90	37,5	113	47,1	13	5,4	78	32,5
50.001 – 100.000	Gesamt	9	5,5	96	58,5	34	20,7	46	28,0	75	45,7	6	3,7	62	37,8
	n.Bl.	1	2,9	20	58,8	4	11,8	6	17,6	17	50,0	1	2,9	16	47,1
	a.Bl.	8	6,2	76	58,5	30	23,1	40	30,8	58	44,6	5	3,8	46	35,4
100.001 – 500.000	Gesamt	16	9,9	117	72,7	57	35,4	66	41,0	84	52,2	18	11,2	67	41,6
	n.Bl.	2	5,3	25	65,8	9	23,7	12	31,6	21	55,3	5	13,2	15	39,5
	a.Bl.	14	11,4	92	74,8	48	39,0	54	43,9	63	51,2	13	10,6	52	42,3
500.000 – 1 Mio.	Gesamt	2	25,0	6	75,0	3	37,5	5	62,5	5	62,5	4	50,0	4	50,0
	n.Bl.	—	0,0	3	75,0	—	0,0	1	25,0	2	50,0	3	75,0	1	25,0
	a.Bl.	2	50,0	3	75,0	3	75,0	4	100,0	3	75,0	1	25,0	3	75,0
über 1 Mio.	Gesamt	1	33,3	2	66,7	1	33,3	2	66,7	1	33,3	1	33,3	—	0,0
	n.Bl.	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0
	a.Bl.	1	33,3	2	66,7	1	33,3	2	66,7	1	33,3	1	33,3	—	0,0

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

allen folgenden Gruppen zwischen 58 % und 75 %. Ähnlich verhält es sich mit den anderen Formen, die noch zum Vergleich anstehen: Modelle/Nachbildungen weichen zwar nur geringfügig vom Gesamtdurchschnitt ab, aber bei Führungsblättern können nur knapp 20 % errechnet werden, während alle anderen zwischen 30 % und über 50 % liegen; je höher die Besuchszahl umso höher auch der Anteil. In den folgenden Tabellen 8 und 9 sind die jeweiligen Angebote nach Museumsarten aufgeschlüsselt.

Tabelle 7: Mediale Vermittlungsangebote nach Museumsgröße (Teil 2)

Besuchszahl 1992	Museen in *	Arbeitsblätter		Modell, Nachbildung		Ausleihmaterial		Präsenzbibliothek		keine		Museen je Gruppe mit Angaben **	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
bis 5.000	Gesamt	146	9,8	393	26,3	84	5,6	296	19,8	302	20,2	1.495	49,2
	n.Bl.	14	5,2	79	29,2	30	11,1	78	28,8	49	18,1	271	42,1
	a.Bl.	132	10,8	314	25,7	54	4,4	218	17,8	253	20,7	1.224	51,1
5.001 – 10.000	Gesamt	98	22,1	166	37,4	51	11,5	134	30,2	26	5,9	444	14,6
	n.Bl.	22	17,3	47	37,0	18	14,2	38	29,9	4	3,1	127	19,7
	a.Bl.	76	24,0	119	37,5	33	10,4	96	30,3	22	6,9	317	13,3
10.001 – 15.000	Gesamt	42	20,5	62	30,2	10	4,9	47	22,9	13	6,3	205	6,8
	n.Bl.	8	14,8	21	38,9	2	3,7	16	29,6	3	5,6	54	8,4
	a.Bl.	34	22,5	41	27,2	8	5,3	31	20,5	10	6,6	151	6,3
15.001 – 20.000	Gesamt	36	26,7	43	31,9	12	8,9	36	26,7	14	10,4	135	4,4
	n.Bl.	6	22,2	10	37,0	3	11,1	8	29,6	2	7,4	27	4,2
	a.Bl.	30	27,8	33	30,6	9	8,3	28	25,9	12	11,1	108	4,5
20.001 – 25.000	Gesamt	30	25,4	38	32,2	8	6,8	33	28,0	9	7,6	118	3,9
	n.Bl.	5	20,8	9	37,5	2	8,3	7	29,2	—	0,0	24	3,7
	a.Bl.	25	26,6	29	30,9	6	6,4	26	27,7	9	9,6	94	3,9
25.001 – 50.000	Gesamt	85	27,0	115	36,5	24	7,6	87	27,6	26	8,3	315	10,0
	n.Bl.	14	21,5	33	50,8	5	7,7	17	26,2	3	4,6	65	10,1
	a.Bl.	71	29,6	82	34,2	19	7,9	70	29,2	23	9,6	240	10,0
50.001 – 100.000	Gesamt	41	25,0	49	29,9	10	6,1	46	28,0	19	11,6	164	5,4
	n.Bl.	8	23,5	11	32,4	1	2,9	9	26,5	3	8,8	34	5,3
	a.Bl.	33	25,4	38	29,2	9	6,9	37	28,5	16	12,3	130	5,4
100.001 – 500.000	Gesamt	56	34,8	59	36,6	15	9,3	48	29,8	9	5,6	161	5,3
	n.Bl.	7	18,4	11	28,9	1	2,6	5	13,2	—	0,0	38	5,9
	a.Bl.	49	39,8	48	39,0	14	11,4	43	35,0	9	7,3	123	5,2
500.000 – 1 Mio.	Gesamt	5	62,5	4	50,0	1	12,5	2	25,0	—	0,0	8	0,3
	n.Bl.	2	50,0	2	50,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	4	0,6
	a.Bl.	3	75,0	2	50,0	1	25,0	2	50,0	—	0,0	4	0,2
über 1 Mio.	Gesamt	1	33,3	1	33,3	—	0,0	1	33,3	—	0,0	3	0,1
	n.Bl.	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0	—	0,0
	a.Bl.	1	33,3	1	33,3	—	0,0	1	33,3	—	0,0	3	0,1

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

** Gesamt: 3.038, n.Bl.: 644, a.Bl.: 2.394

Wiederum ist interessant, ob ähnlich den Ergebnissen der 88er Erhebung nicht nur ein mit den Besuchszahlen wachsendes, sondern ebenso ein durch die Museumsart differenziertes Angebot vorliegt. Zur Untersuchung dieser Frage sollen in beiden Tabellen die ersten drei und die letzten drei genannten Formen beachtet werden, um so ein eventuell typisches Profil zu gewinnen. In den Angaben der Tabelle 8 ist an erster Stelle, unabhängig von den Museumsarten, durchweg die deutschsprachige Führung zu finden.

Tabelle 8: Personale Vermittlungsarbeit nach Museumsart (Teil 1)

Museumsart	Museen in *	Keine päd. Betreuung		Führungen deutsch- sprachig		Führungen fremd- sprachig		Vorträge		Kurse		AGs	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
Volksk.- u. Heimatk.- museen	Gesamt	154	9,6	1.216	75,4	308	19,1	552	34,2	110	6,8	165	10,2
	n.Bl.	21	6,1	266	77,8	30	8,8	153	44,7	8	2,3	56	16,4
	a.Bl.	133	10,5	950	74,8	278	21,9	399	31,4	102	8,0	109	8,6
Kunst- museen	Gesamt	20	5,8	292	84,9	129	37,5	157	45,6	78	22,7	38	11,0
	n.Bl.	4	6,3	51	79,7	17	26,6	37	57,8	19	29,7	12	18,8
	a.Bl.	16	5,7	241	86,1	112	40,0	120	42,9	59	21,1	26	9,3
Schloß- und Burg- museen	Gesamt	6	3,8	134	84,8	67	42,4	35	22,2	9	5,7	8	5,1
	n.Bl.	—	0,0	34	91,9	11	29,7	19	51,4	6	16,2	8	21,6
	a.Bl.	6	5,0	100	82,6	56	46,3	16	13,2	3	2,5	—	0,0
Natur- kundliche Museen	Gesamt	19	11,0	135	78,5	53	30,8	77	44,8	39	22,7	34	19,8
	n.Bl.	4	9,3	35	81,4	12	27,9	22	51,2	9	20,9	14	32,6
	a.Bl.	15	11,6	100	77,5	41	31,8	55	42,6	30	23,3	20	15,5
Naturwiss. und tech. Museen	Gesamt	32	9,5	273	81,0	124	36,8	77	22,8	26	7,7	25	7,4
	n.Bl.	4	6,9	50	86,2	13	22,4	19	32,8	2	3,4	1	1,7
	a.Bl.	28	10,0	223	79,9	11	3,9	58	20,8	24	8,6	24	8,6
Hist. und archäol. Museen	Gesamt	11	5,7	164	85,0	85	44,0	82	42,5	29	15,0	23	11,9
	n.Bl.	1	2,5	36	90,0	16	40,0	20	50,0	6	15,0	5	12,5
	a.Bl.	10	6,5	128	83,7	69	45,1	62	40,5	23	15,0	18	11,8
Sammelmus. mit kompl. Beständen	Gesamt	1	4,8	20	95,2	11	52,4	17	81,0	9	42,9	5	23,8
	n.Bl.	—	0,0	7	100,0	—	0,0	7	100,0	—	0,0	2	28,6
	a.Bl.	1	7,1	13	92,9	11	78,6	10	71,4	9	64,3	3	21,4
Kulturgesch. Spezial- museen	Gesamt	36	7,8	357	77,4	152	33,0	155	33,6	41	8,9	38	8,2
	n.Bl.	1	1,0	89	89,0	33	33,0	56	56,0	14	14,0	16	16,0
	a.Bl.	35	9,7	268	74,2	119	33,0	99	27,4	27	7,5	22	6,1
Mehrere Museen im Komplex	Gesamt	2	2,9	62	91,2	27	39,7	35	51,5	15	22,1	12	17,6
	n.Bl.	—	0,0	13	100,0	6	46,2	12	92,3	4	30,8	4	30,8
	a.Bl.	2	3,6	49	89,1	21	38,2	23	41,8	11	20,0	8	14,5

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

Während fremdsprachige Führungen oder Vorträge immer noch an zweiter oder dritter Stelle – korrespondierend mit den Ergebnissen der Tabelle 3 – bei fünf Museumsarten auftreten, weichen insgesamt vier Museumsarten davon ab: Alternativ zu fremdsprachigen Führungen nennen an zweiter oder dritter Stelle Volks- und Naturkundemuseen und die Sammelmuseen mit komplexen Beständen Ferienprogramme und die naturwissenschaftlich-technischen Museen Vorführungen.

Tabelle 8: Personale Vermittlungsarbeit nach Museumsart (Teil 2)

Museumsart	Museen in *	Seminare		Unterricht		Ferien- programme		andere Aktions- programme		Vor- führungen		Museen je Gruppe mit Angaben **	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
Volksk.- u. Heimatk.- museen	Gesamt	95	5,9	271	16,8	362	22,5	198	12,3	295	18,3	1.612	47,9
	n.Bl.	14	4,1	116	33,9	114	33,3	46	13,5	59	17,3	342	48,6
	a.Bl.	81	6,4	155	12,2	248	19,5	152	12,0	236	18,6	1.270	47,7
Kunst- museen	Gesamt	58	16,9	69	20,1	96	27,9	63	18,3	64	18,6	344	10,2
	n.Bl.	8	12,5	20	31,3	32	50,0	18	28,1	10	15,6	64	9,1
	a.Bl.	50	17,9	49	17,5	64	22,9	45	16,1	54	19,3	280	10,5
Schloß- und Burg- museen	Gesamt	9	5,7	22	13,9	30	19,0	10	6,3	7	4,4	158	4,7
	n.Bl.	4	10,8	16	43,2	22	59,5	4	10,8	5	13,5	37	5,3
	a.Bl.	5	4,1	6	5,0	8	6,6	6	5,0	2	1,7	121	4,6
Natur- kundliche Museen	Gesamt	28	16,3	47	27,3	58	33,7	33	19,2	30	17,4	172	5,1
	n.Bl.	6	14,0	21	48,8	13	30,2	5	11,6	7	16,3	43	6,1
	a.Bl.	22	17,1	26	20,2	45	34,9	28	21,7	23	17,8	129	4,8
Naturwiss. und tech. Museen	Gesamt	22	6,5	40	11,9	76	22,6	42	12,5	91	27,0	337	10,0
	n.Bl.	3	5,2	15	25,9	17	29,3	9	15,5	19	32,8	58	8,2
	a.Bl.	19	6,8	25	9,0	59	21,1	33	11,8	72	25,8	279	10,5
Hist. und archäol. Museen	Gesamt	37	19,2	37	19,2	42	21,8	32	16,6	31	16,1	193	5,8
	n.Bl.	6	15,0	11	27,5	10	25,0	11	27,5	8	20,0	40	5,7
	a.Bl.	31	20,3	26	17,0	32	20,9	21	13,7	23	15,0	153	5,7
Sammelmus. mit kompl. Beständen	Gesamt	12	57,1	10	47,6	18	85,7	11	52,4	10	47,6	21	0,6
	n.Bl.	1	14,3	5	71,4	7	100,0	3	42,9	2	28,6	7	1,0
	a.Bl.	11	78,6	5	35,7	11	78,6	8	57,1	8	57,1	14	0,5
Kulturgesch. Spezial- museen	Gesamt	50	10,8	68	14,8	86	18,7	67	14,5	81	17,6	461	13,7
	n.Bl.	12	12,0	31	31,0	41	41,0	27	27,0	18	18,0	100	14,2
	a.Bl.	38	10,5	37	10,2	45	12,5	40	11,1	63	17,5	361	13,6
Mehrere Museen im Komplex	Gesamt	17	25,0	13	19,1	22	32,4	15	22,1	14	20,6	68	2,0
	n.Bl.	6	46,2	6	46,2	7	53,8	4	30,8	5	38,5	13	1,8
	a.Bl.	11	20,0	7	12,7	15	27,3	11	20,0	9	16,4	55	2,1

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

** Gesamt: 3.366, n.Bl.: 704, a.Bl.: 2.662

Das Negativprofil ist zwar nicht so eindeutig, zeigt aber dennoch die spiegelbildliche Entsprechung: Kurse, AGs, Seminare sind in allen Gruppen zwei- bis dreimal an den letzten drei Stellen erwähnt, nur die Rubrik "mehrere Museen in einem Museumskomplex" bildet die Ausnahme: Nach eindeutigem Votum gegen die AGs nennt man an zweiter Stelle den Unterricht und schließlich die Vorführungen ("Sammelmuseen mit komplexen Beständen").

Tabelle 9: Mediale Vermittlungsarbeit nach Museumsart (Teil 1)

Museumsart	Museen in *	Bildschirm- inf.sys.		Schau- tafeln		Ton-, Dia- Schau		Video-, Film- Info		Führ.- blätter		akust. Führ.- geräte		Begleit- materialien	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
Volksk.- u. Heimatk.- museen	Gesamt	41	2,7	829	54,4	221	14,5	230	15,1	426	28,0	32	2,1	321	21,1
	n.Bl.	8	2,5	195	60,4	49	15,2	42	13,0	82	25,4	8	2,5	80	24,8
	a.Bl.	33	2,8	634	52,8	172	14,3	188	15,7	344	28,7	24	2,0	241	20,1
Kunst- museen	Gesamt	11	3,4	171	52,8	50	15,4	75	23,1	121	37,3	13	4,0	119	36,7
	n.Bl.	—	0,0	29	50,8	10	17,5	12	21,1	21	36,8	5	8,8	28	49,1
	a.Bl.	11	4,1	142	53,2	40	15,0	63	23,6	100	37,5	8	3,0	91	34,1
Schloß- und Burg- museen	Gesamt	2	1,5	46	34,6	9	6,8	4	3,0	59	44,4	3	2,3	29	21,8
	n.Bl.	—	0,0	20	58,8	3	8,8	1	2,9	21	61,8	1	2,9	15	44,1
	a.Bl.	2	2,0	26	26,3	6	6,1	3	3,0	38	38,4	2	2,0	14	14,1
Natur- kundliche Museen	Gesamt	13	7,7	117	69,6	45	26,8	46	27,4	52	31,0	6	3,6	53	31,5
	n.Bl.	1	2,4	28	66,7	9	21,4	8	19,0	15	35,7	2	4,8	15	35,7
	a.Bl.	12	9,5	89	70,6	36	28,6	38	30,2	37	29,4	4	3,2	38	30,2
Naturwiss. und techn. Museen	Gesamt	27	8,1	195	58,7	68	20,5	116	34,9	92	27,7	17	5,1	66	19,9
	n.Bl.	3	5,4	41	73,2	11	19,6	14	25,0	16	28,6	5	8,9	12	21,4
	a.Bl.	24	8,7	154	55,8	57	20,7	102	37,0	76	27,5	12	4,3	54	19,6
Hist. und archäol. Museen	Gesamt	9	4,6	119	61,3	45	23,2	57	29,4	67	34,5	8	4,1	49	25,3
	n.Bl.	3	7,0	20	46,5	8	18,8	13	30,2	12	27,9	1	2,3	12	27,9
	a.Bl.	6	4,0	99	65,6	37	24,5	44	29,1	55	36,4	7	4,6	37	24,5
Sammelm. mit kompl. Beständen	Gesamt	—	0,0	18	90,0	7	35,0	9	45,0	13	65,0	—	0,0	12	60,0
	n.Bl.	—	0,0	5	71,4	1	14,3	3	42,9	4	57,1	—	0,0	4	57,1
	a.Bl.	—	0,0	13	100,0	6	46,2	6	46,2	9	69,2	—	0,0	8	61,5
Kulturgesch. Spezial- museen	Gesamt	17	3,9	230	52,9	83	19,1	94	21,6	114	26,2	20	4,6	108	24,8
	n.Bl.	1	1,1	58	61,1	18	18,9	13	13,7	27	28,4	6	6,3	29	30,5
	a.Bl.	16	4,7	172	50,6	65	19,1	81	23,8	87	25,6	14	4,1	79	23,2
Mehrere Museen im Komplex	Gesamt	4	5,7	46	65,7	9	12,9	18	25,7	20	28,6	6	8,6	21	30,0
	n.Bl.	1	7,7	12	92,3	1	7,7	4	30,8	8	61,5	3	23,1	4	30,8
	a.Bl.	3	5,3	34	59,6	8	14,0	14	24,6	12	21,1	3	5,3	17	29,8

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

Die Vermittlungsform Vorführung wurde naheliegenderweise häufig bei den naturwissenschaftlich-technischen Museen erwähnt, da technische Abläufe und Verfahren sowie naturwissenschaftliche Experimente damit am besten demonstriert werden können.

Umgekehrt wird sichtbar, welche Museen diesen Vermittlungsmodus qua Museumsgegenstand nicht benötigen und ihn daher unter den letzten drei Vermittlungsformen nennen: Z.B. nennen Schloß- und Burgmuseen sowie Kunstmuseen "Vorführungen" etwa gleich häufig wie "andere Aktionsprogrammen".

Tabelle 9: Mediale Vermittlungsarbeit nach Museumsart (Teil 2)

Museumsart	Museen in *	Arbeits- blätter		Modell, Nachbildung		Ausleih- material		Präsens- bibliothek		keine		Museen je Gruppe mit Angaben **	
		Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
Volksk.- u. Heimatk.- museen	Gesamt	265	17,4	486	31,9	114	7,5	365	24,0	233	15,3	1.523	47,6
	n.Bl.	31	9,6	115	35,6	39	12,1	95	29,4	42	13,0	323	48,2
	a.Bl.	234	19,5	371	30,9	75	6,3	270	22,5	191	15,9	1.200	47,4
Kunst- museen	Gesamt	40	12,3	37	11,4	9	2,8	94	29,0	39	12,0	324	10,1
	n.Bl.	5	8,8	5	8,8	2	3,5	15	26,3	7	12,3	57	8,5
	a.Bl.	35	13,1	32	12,0	7	2,6	79	29,6	32	12,0	267	10,6
Schloß- und Burg- museen	Gesamt	15	11,3	25	18,8	2	1,5	8	6,0	30	22,6	133	4,2
	n.Bl.	6	17,6	11	32,4	—	0,0	2	5,9	2	5,9	34	5,1
	a.Bl.	9	9,1	14	14,1	2	2,0	6	6,1	28	28,3	99	3,9
Natur- kundliche Museen	Gesamt	56	33,3	67	39,9	17	10,1	31	18,5	21	12,5	168	5,2
	n.Bl.	10	23,8	15	35,7	3	7,1	6	14,3	6	14,3	42	6,3
	a.Bl.	46	36,5	52	41,3	14	11,1	25	19,8	15	11,9	126	5,0
Naturwiss. und techn. Museen	Gesamt	44	13,3	129	38,9	16	4,8	49	14,8	44	13,3	332	10,4
	n.Bl.	5	8,9	30	53,6	2	3,6	7	12,5	4	7,1	56	8,4
	a.Bl.	39	14,1	99	35,9	14	5,1	42	15,2	40	14,5	276	10,9
Hist. und archäol. Museen	Gesamt	48	24,7	72	37,1	13	6,7	56	28,9	17	8,8	194	6,1
	n.Bl.	6	14,0	15	34,9	5	11,6	12	27,9	3	7,0	43	6,4
	a.Bl.	42	27,8	57	37,7	8	5,3	44	29,1	14	9,3	151	6,0
Sammelm. mit kompl. Beständen	Gesamt	12	60,0	9	45,0	4	20,0	7	35,0	—	0,0	20	0,6
	n.Bl.	2	28,6	1	14,3	—	0,0	3	42,9	—	0,0	7	1,0
	a.Bl.	10	76,9	8	61,5	4	30,8	4	30,8	—	0,0	13	0,5
Kulturgesch. Spezial- museen	Gesamt	60	13,8	119	27,4	43	9,9	124	28,5	49	11,3	435	13,6
	n.Bl.	18	18,9	32	33,7	13	13,7	36	37,9	6	6,3	95	14,2
	a.Bl.	42	12,4	87	25,6	30	8,8	88	25,9	43	12,6	340	13,4
Mehrere Museen im Komplex	Gesamt	18	25,7	23	32,9	4	5,7	18	25,7	13	18,6	70	2,2
	n.Bl.	5	38,5	6	46,2	—	0,0	5	38,5	—	0,0	13	1,9
	a.Bl.	13	22,8	17	29,8	4	7,0	13	22,8	13	22,8	57	2,3

* n.Bl.: neue Bundesländer, a.Bl.: alte Bundesländer

** Gesamt: 3.199, n.Bl.: 670, a.Bl.: 2.529

Zusammengefaßt bedeutet das, daß die typische personale Vermittlungsform der Führung oder des Vortrags zwar fast bei allen Museumsarten durchgängig zu finden ist, aber sich darüberhinaus museumsspezifische Vermittlungsformen abzeichnen: die Vorführung zur Demonstration technischer Abläufe, handwerklicher Arbeitsprozesse oder historischer Musikinstrumente ist bei naturwissenschaftlich-technischen Museen, bei Volkskunde- und Heimatkundemuseen und kulturgeschichtlichen Spezialmuseen als die typische Vermittlungsform unter den ersten drei Vermittlungsformen zu finden, während alle anderen Museen sie unter den letzten drei erwähnen.

Das Negativ- und Positivprofil in Tabelle 9 gibt ein ähnliches, in den Vermittlungsformen museumstypisches Bild wieder. Am seltensten werden von allen Museen Bildschirminformationssysteme, akustische Führungsgeräte und Ausleihmaterial genannt. Darüberhinaus tauchen nur noch wenige – kaum beachtenswerte auf der "Negativseite" auf. Nicht so eindeutig, aber durchaus charakteristisch zeigen sich die ersten drei Genannten: Den Schautafeln als durchgängiges Vermittlungsmedium folgen museumsart-spezifische Nennungen: Modelle/Nachbildungen sind in Kunst-, Schloß- und Burgmuseen und in Sammelmuseen mit komplexen Beständen unter den drei häufigst genannten zu finden, nicht aber in allen anderen Museen. Video-Filminformationen, die ähnlich der Vorführung Abläufe und Verfahren demonstrieren, werden von den naturwissenschaftlich-technischen Museen am dritthäufigsten erwähnt. Daß Printmedien wie Führungsblätter, Arbeitsblätter oder Begleitmaterialien nur bei den naturwissenschaftlich-technischen und den kulturgeschichtlichen Spezialmuseen nicht unter den ersten drei Genannten auftauchen, erstaunt auf den ersten Blick, erhält aber bei näherer Betrachtung eine museumstypische Erklärung: wie die Video-Filminformationen bei den naturwissenschaftlich-technischen, rangiert bei den kulturgeschichtlichen Spezialmuseen die Präsenzbibliothek an dritter Stelle: in beiden Fällen folgen Arbeitsblätter an vierter Stelle.

Statistisch läßt sich also belegen, daß sowohl die Sammlungsart als auch die Größe einer Einrichtung Art und Umfang der Vermittlungsangebote beeinflussen. Jedoch sei abschließend daran erinnert, daß diese, die Ausstellung ergänzenden Angebote mit unterschiedlichen Prämissen und Zielsetzungen, mit unterschiedlichen Methoden und Intentionen fachlicher und/oder pädagogischer Art durchgeführt werden und so inhaltlich nicht vergleichbar sind.

Inwieweit es sich bei diesen Angeboten um ausstellungsbegleitende Maßnahmen mit pädagogischen Intentionen handelt, läßt sich – in beschränktem Maße – durch die Untersuchung der Frage beantworten, inwieweit museumspädagogisches Personal für diese Vermittlungstätigkeiten eingesetzt wird. In beschränktem Maße deshalb, weil zum einen – wie die Fallbeschreibungen zeigen – museumspädagogisches Personal für andere Tätigkeiten eingesetzt werden kann, und zum anderen die Museumsleitung selbst museumspädagogische Tätigkeiten mit übernimmt.

Im folgenden Kapitel 1.4 wird das museumspädagogisch tätige Personal an den Museen der Bundesrepublik Deutschland dargestellt. Dabei soll wiederum nach Museumsart und -größe differenziert werden.

1.4 Museumspädagogische Arbeitssituation

Museumspädagogik ist ein heterogenes Arbeitsfeld, dessen Organisationsformen und Qualifikationsanforderungen von Ort zu Ort sehr unterschiedlich definiert sind: Große, mit mehreren Planstellen ausgestattete Zentraldienste, finanziert vom Museumsträger oder einer Stadt, stehen Privatinitiativen von Einzelpersonen gegenüber, die teilweise unentgeltlich museumspädagogisch arbeiten.

Wie bereits unsere erste Erhebung zur Situation der Museumspädagogik von 1988 belegt, sind in diesem Arbeitsfeld alle Varianten des Beschäftigungsverhältnisses – festangestellt, delegiert, freigestellt, zeitlich befristet, unentgeltlich, freiberuflich – gegeben, ebenso eine Fülle von Organisationsformen⁶, wie zentrale museumspädagogische Dienste oder auch durch Eigeninitiative getragene Vereine (vgl. Kapitel 3).

Setzt man die Möglichkeiten des Beschäftigungsverhältnisses einerseits und die der Organisationsform museumspädagogischer Arbeit andererseits zu den Museen verschiedenster Art und Größe in Beziehung, so zeigt sich, welche Variationsbreite in diesem Arbeitsfeld vorliegt. Stark ausgeprägt ist dabei die Gruppe der freien Mitarbeiter, ohne die die Vielzahl museumspädagogischer Aktivitäten kaum stattfinden könnte⁷.

Erhebungstechnisch war es auch in dieser Studie notwendig, mit einer Mischung aus quantitativen und qualitativen Verfahren eine möglichst genaue Beschreibung der museumspädagogischen Arbeitssituation zu erzielen. Folgende Fragen sollten untersucht werden:

- Welche Organisationsstrukturen liegen der museumspädagogischen Arbeit zugrunde? Sind es beispielsweise integrierte, durch einen zentralen Dienst oder isoliert auf ein Museum bezogene organisierte Aufgabenbereiche?
- An wievielen Museen sind Personen mit welchem Status für museumspädagogische Aufgaben verantwortlich?

Ergänzend zu diesen Fragen war von Interesse, welche Unterschiede in den alten und neuen Bundesländern sichtbar werden, da aufgrund des besonderen Bildungsauftrags der Museen im ehemaligen sozialistischen Bildungssystem die Zahl der museumspädagogisch Beschäftigten relativ höher war⁸ (s. Kapitel 1.4.1 und 1.4.2).

Schließlich interessierten uns die Veränderungen, die im Vergleich zu unserer Erhebung von 1988 in den alten Bundesländern stattgefunden haben (s. Kapitel 2.3.1 und 2.3.2).

Insgesamt nannten 143 Museen andere Einrichtungen (vgl. Tabelle 10), die museumspädagogische Arbeit in ihrem Hause durchführen. Um welche Einrichtungen es sich handelt, ist in Abschnitt 1.4.3 (Museumspädagogische Arbeit von zentralen Diensten und anderen Einrichtungen außerhalb des Museums) dargestellt. Eine Reihe der zentralen Einrichtungen haben wir in Tabelle 18 zusammengestellt und dort aufgeführt, wieviele hauptamtliche Museumspädagogen, Mitarbeiter im Rahmen von Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen und, wenn bekannt, wieviel Honorarkräfte dort beschäftigt wurden. Davon abgesehen haben wir darauf verzichtet, Angaben zur Anzahl des Personals

⁶AfeB, 1987; vgl. dazu auch Rohmeder, 1980

⁷Standbein. Spielbein, Nr. 35, April 1993

⁸Patzwall/Jahn, 1983

darzustellen, da sich z.B. Angaben zur Anzahl ehrenamtlicher Mitarbeiter zum Teil auf die Mitgliederstärke ganzer Museumsvereine beziehen können.

Wegen der Bedeutung, die es für die Museen hat, über festangestellte museumspädagogische Mitarbeiter zu verfügen, veröffentlichen wir Zahlen der hauptamtlich im Haus beschäftigten Museumspädagogen und der in einigen zentralen Einrichtungen beschäftigten Museumspädagogen. Aufgeführt werden auch die auf ABM-Basis museumspädagogisch Tätigen, da viele Museen damit versuchen, wenigstens für einen begrenzten Zeitraum museumspädagogische Aufgaben verstärkt wahrzunehmen.

Vor der Darstellung der Ergebnisse und ihrer Analyse soll noch auf einige grundsätzliche Probleme bei der Beantwortung der Frage nach dem museumspädagogischen Personal aufmerksam gemacht werden. Idealtypisch hätte im Sinne einer umfassenden Museumspädagogik die besucherbezogene Vermittlung der Sammlungsinhalte als Gesamtaufgabe des Museums und damit auch aller dort beschäftigten und engagierten Personen zu gelten. Dieses idealtypische Verständnis muß teilweise bei der Beantwortung der Frage nach der Zuständigkeit museumspädagogischen Arbeitens zugrunde gelegen haben.

Gegenüber 1988 waren in der erneuten Erhebung sieben Antwort-Kategorien vorgegeben: hauptamtliche Museumspädagogen, Museumspädagogen einer anderen Einrichtung, ehren-/nebenamtliche Mitarbeiter, ABM-Kräfte, freie Mitarbeiter, die auf Honorarbasis arbeiten, freiwillige Helfer, die unentgeltlich tätig sind und sonstige Mitarbeiter. Wiederum war festzustellen, daß teils einzelne Personen bzw. -kreise benannt wurden, die für die Museumspädagogik verantwortlich zeichnen bzw. an die die museumspädagogische Arbeit überwiegend delegiert ist, teils aber auch der ganze Mitarbeiterstab des Museums aufgezählt wurde. Dies entspricht einerseits sicher dem Grad der internen Arbeitsteilung, in der die museumspädagogische Arbeit im jeweiligen Museum stattfindet, verdeutlicht aber andererseits auch, daß der Museumspädagogik kein klar umrissenes Berufsfeld zugeordnet werden kann, und daß nach wie vor ein eindeutiges Berufsbild für Museumspädagogen fehlt. Der Standort museumspädagogischer Arbeit im wissenschaftlichen System Museum ist nach Meinung vieler Museumspädagogen immer noch ungeklärt⁹.

Dieser Mangel schlägt sich auch bei der Beantwortung der Teilfrage nach "hauptamtlichen Museumspädagogen im Haus" nieder (vgl. Frage 6 des Fragebogens 1993 im Anhang). Manche Ausfüller zählten museumspädagogisches Personal auf, das im Sinne dieser Erhebung nicht als solches bezeichnet werden kann, auch wenn es mit museumspädagogischen Aufgaben betraut und hauptamtlich angestellt ist. Hierunter fallen beispielsweise hauptamtliche Museumsleiter, die neben ihren anderen dienstlichen Pflichten museumspädagogische Aufgaben wahrnehmen und z.T. ausgebildete Pädagogen (z.B. Lehrer) sind. Sie werden, soweit dies auf Grundlage umfangreicher Recherchen möglich war, in dieser Erhebung als museumspädagogisch aktive Museumsleiter gesondert in der Rubrik "sonstige Mitarbeiter" erfaßt. Auch hauptamtliche Angestellte anderer Einrichtungen, z.B. städtischer Kultur- oder Schulämter, die mancherorts z.B. mit der didaktischen Konzeption von Dauer- oder Sonderausstellungen betraut sind, werden in dieser Erhebung nicht als "hauptamtliche Museumspädago-

⁹Standbein. Spielbein, Nr. 36/37, Oktober 1993; Vogt, 1994

gen“, sondern in dieser Rubrik als “Angestellte einer anderen Einrichtung“ geführt, ebenfalls wie die relativ häufig genannten freigestellten und abgeordneten Lehrer.

Zur Berücksichtigung des Problems unterschiedlicher Organisations- und Verantwortlichkeiten dieses äußerst heterogenen Arbeitsbereiches sind von uns ergänzend zwei gesonderte Erhebungen durchgeführt worden. Zum einen sollen Fallanalysen einen differenzierteren Einblick in die unterschiedlichen Organisationsformen und strukturellen Einbindungen der Museumspädagogik gewähren, und zum anderen werden die Organisationsformen der museumspädagogischen Dienste, die ebenfalls unter der Rubrik “Museumspädagogen einer anderen Einrichtung“ subsummiert sind, gesondert betrachtet.

1.4.1 Personalsituation der Museumspädagogen

Betrachtet man die Tabelle 10, so ist auffallend, daß auch 1992 die museumspädagogische Arbeit vorwiegend von nicht fest beschäftigtem museumspädagogischem Personal im Museum durchgeführt wird. 275 Museen melden ABM-Stellen und bei 1.103 sind andere Mitarbeiter des Hauses museumspädagogisch tätig.

Tabelle 10: Museen mit museumspädagogisch tätigem Personal

Personalart	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer	
	Anzahl Museen	in % *	Anzahl Museen	in % **	Anzahl Museen	in % ***
Hauptamtliche Museumspädagogen im Haus	358	9,8	138	18,8	220	7,5
Museumspädagogen anderer Einrichtungen	143	3,9	5	0,7	138	4,7
Ehren-/nebenamtliche Mitarbeiter	534	14,6	53	7,2	481	16,5
ABM-Kräfte	275	7,5	127	17,3	148	5,1
Freie Mitarbeiter	540	14,8	49	6,7	491	16,8
Freiwillige Helfer	827	22,6	71	9,7	756	25,9
Sonstige Mitarbeiter	1.103	30,2	332	45,2	771	26,4

* in % der 3.657 Museen

** in % der 734 Museen in den neuen Bundesländern

*** in % der 2.923 Museen in den alten Bundesländern

Den insgesamt 501 Museen mit für sie hauptamtlich tätigen Museumspädagogen (entweder im eigenen Haus oder von externen Einrichtungen) stehen 1.901 Häuser gegenüber, in denen vorwiegend ehrenamtlich, freiwillig oder auf Honorarbasis museumspädagogisch gearbeitet wird. Ohne festangestellte Mitarbeiter, die oft in betreuungsintensiven Projekten mit handlungsorientierten Schwerpunkten beschäftigt sind –

in Führungsprogrammen oder offenen Angeboten an Wochenenden –, könnte demnach vermutlich ein Großteil der museumspädagogischen Arbeit gar nicht geleistet werden.

“Glanz und Elend der Freien“ (vgl. Standbein.Spielbein 35) konnte zwar im Rahmen unserer empirischen Untersuchung nicht erfaßt werden, aber das Zahlenverhältnis von “Festen“ und “Freien“ museumspädagogisch Tätigen läßt deutlich hervortreten, daß insbesondere durch die “Freien“ museumspädagogische Aktivitäten gewährleistet werden können. Die museumspädagogische Arbeit ist zu einem großen Teil auf freiwilliges Engagement zurückzuführen.

Auch die nächste große Gruppe der “sonstigen Mitarbeiter“ kann lediglich einen Teil ihrer Arbeitstätigkeit den museumspädagogischen Aufgaben des Museums widmen. Von den 1.103 Museen, die “sonstiges Personal“ in der museumspädagogischen Arbeit ihres Hauses einsetzen, machten 438 keine näheren Angaben zu diesem Personenkreis. Am häufigsten wurden wissenschaftliche Mitarbeiter des Hauses (an 329 Museen) oder die Museumsleiter (201) genannt.

Tabelle 11: Museen mit museumspädagogisch tätigem Personal nach Museumsart in der Bundesrepublik Deutschland

Museumsart	Museen haupt- amtlichen Museums- pädagogen	Museen Museums- pädagogen anderer Einrichtungen	Museen ehren- amtlichen Mit- arbeitern	Museen ABM- Kräften	Museen freien Mit- arbeitern	Museen frei- willigen Helfern	Museen sonstigen Mit- arbeitern	Anzahl der Museen mit Personal- angaben
Volkskunde- und Heimatkunde- museen	113	37	313	150	188	503	535	1.439
Kunstmuseen	68	26	24	28	102	43	104	314
Schloß- und Burgmuseen	10	8	12	8	27	20	48	137
Naturkundliche Museen	31	15	21	10	30	30	61	159
Naturwissen- schaftliche und technische Museen	29	13	49	25	52	88	117	307
Historische und archäologische Museen	33	16	34	17	52	33	53	179
Sammelmuseen mit komplexen Beständen	13	2	3	3	8	3	5	21
Kultur- geschichtliche Spezialmuseen	48	19	72	27	63	99	161	385
Mehrere Museen in einem Museumskomplex	13	7	6	7	18	8	19	61
Gesamtzahl	358	143	534	275	540	827	1.103	3.002

Nur an 13,7 % aller Museen, also an 501 Museen, werden hauptamtliche Museumspädagogen in der museumspädagogischen Arbeit eingesetzt. Davon haben 358 Museen eigene Museumspädagogen im Hause engagiert, während 143 Museen mit Museumspädagogen anderer Einrichtungen zusammenarbeiten; dabei handelt es sich um eigene oder externe Dienststellen, die entweder der Betreuung bestimmter museumspädagogischer Aufgaben verschiedener Museen oder eines bestimmten Museums und dann der Gesamtheit seiner museumspädagogischen Betreuungsarbeit zugeordnet sind.

Über ein Drittel der Volks- und Heimatkundemuseen benennen freiwillige Helfer. Unentgeltliche Arbeit scheint vor allem für eine Vielzahl von kleinen, oft von Vereinen getragenen Volks- und Heimatkundemuseen notwendig zu sein.

Anders bei den Kunstmuseen: hier sind überdurchschnittlich viele hauptamtliche Museumspädagogen (des Museums selbst bzw. von anderen Einrichtungen) und auch freie Mitarbeiter (Honorarkräfte) beschäftigt.

Tabelle 12: Museen mit museumspädagogisch tätigem Personal nach Museumsart in den neuen Bundesländern

Museumsart	Museen mit hauptamtlichen Museums-pädagogen	Museen mit Museums-pädagogen anderer Einrichtungen	Museen mit ehrenamtlichen Mitarbeitern	Museen mit ABM-Kräften	Museen mit freien Mitarbeitern	Museen mit freiwilligen Helfern	Museen mit sonstigen Mitarbeitern	Anzahl der Museen mit Personalangaben
Volkskunde- und Heimatkundemuseen	46	3	33	72	21	44	170	316
Kunstmuseen	18	1	—	12	7	3	20	57
Schloß- und Burgmuseen	8	—	—	6	5	4	14	36
Naturkundliche Museen	12	—	1	5	2	2	22	40
Naturwissenschaftliche und technische Museen	13	—	4	11	1	3	29	53
Historische und archäologische Museen	7	—	3	8	4	4	19	39
Sammelmuseen mit komplexen Beständen	5	—	—	—	—	—	3	7
Kultugeschichtliche Spezialmuseen	24	1	12	11	8	10	52	94
Mehrere Museen in einem Museumskomplex	5	—	—	4	1	1	3	11
Gesamtzahl	138	5	53	127	49	71	332	653

Tabelle 13: Museen mit museumspädagogisch tätigem Personal nach Museumsart in den alten Bundesländern

Museumsart	Museen mit hauptamtlichen Museums- pädagogen	Museen mit Museums- pädagogen anderer Einrichtungen	Museen mit ehren- amtlichen Mitarbeitern	Museen mit ABM- Kräften	Museen mit freien Mitarbeitern	Museen mit frei- willigen Helfern	Museen mit sonstigen Mitarbeitern	Anzahl der Museen mit Personal- angaben
Volkskunde- und Heimatkundemuseen	67	34	280	78	167	459	365	1.123
Kunstmuseen	50	25	24	16	95	40	84	257
Schloß- und Burgmuseen	2	8	12	2	22	16	34	101
Naturkundliche Museen	19	15	20	7	28	28	39	119
Naturwissenschaftliche und technische Museen	16	13	45	14	51	85	88	254
Historische und archäologische Museen	26	16	31	9	48	29	34	140
Sammelmuseen mit komplexen Beständen	8	2	3	3	8	3	2	14
Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	24	18	60	16	55	89	109	291
Mehrere Museen in einem Museumskomplex	8	7	6	3	17	7	16	50
Gesamtzahl	220	138	481	148	491	756	771	2.349

Vergleicht man die Museen mit museumspädagogischem Personal nach Museumsart in den alten und neuen Bundesländern, so zeigen sich deutliche Unterschiede, die auch auf unterschiedlich gewachsene Strukturen schließen lassen (vgl. Tabelle 12 und Tabelle 13).

Von den Museen der neuen Bundesländer wurden kaum Museumspädagogen anderer Einrichtungen genannt. Mehrere Museen in einer Trägerschaft haben häufig für alle Museen gemeinsam eine eigene museumspädagogische Abteilung, manchmal auch kombiniert mit Öffentlichkeitsarbeit. Diese neben den Museen existierenden eigenen Abteilungen wurden von einzelnen Museen in der Rubrik "Museumspädagogen im Haus" von anderen Museen als "Museumspädagogen einer anderen Einrichtung" angegeben. Es erscheint daher sinnvoll, für den Vergleich des festangestellten museumspädagogischen Personals in den Museen der alten mit dem in den neuen Bundesländern, diese beiden Rubriken zusammenzufassen. Danach ergibt sich, daß im Jahr 1992 knapp 7 % mehr Museen der neuen Bundesländer hautamtliche Museumspädagogen beschäftigen.

Weiter extrem unterschiedlich ist der jeweilige Anteil an "Freien", die ehrenamtlich, freiwillig oder auf Honorarbasis museumspädagogisch tätig sind. Hier scheint es sich ebenfalls um Beschäftigungsformen zu handeln, die in den neuen Bundesländern erst im Entstehen sind, da sie nur in 8 - 10 % der Angaben auftauchen, gegenüber 20 - 30 % in den alten Bundesländern. Welches Spektrum an museumspädagogischen Tätigkeiten sich dahinter verbirgt, war nicht Gegenstand der Untersuchung.

Stellt man dem Block der Museen mit festangestellten Museumspädagogen die 275 Museen mit ABM-Kräften gegenüber und vergegenwärtigt sich noch einmal die erstaunlich hohe Zahl von Museen mit freiwillig Engagierten, ist vor allem auffallend, welcher zahlenmäßig geringen Anteil der festangestellte und kontinuierlich arbeitende Personenkreis in der Museumspädagogik hat. Einerseits werden zwar insbesondere durch die "Freien" neue und wichtige Impulse für eine lebendige und vielfältige Praxis gegeben (vgl. Standbein.Spielbein 35), andererseits besteht aber bei keinen festgelegten museumspädagogischen Verantwortlichkeiten im Museum (personell oder organisatorisch) die Gefahr, daß solche Erfahrungen nicht gesammelt und systematisiert werden, sondern verlorengehen.

Aufgrund des hohen Anteils an ehrenamtlichen oder nur zeitlich befristeten Mitarbeitern stellt sich das Problem, an wen die museumspädagogische Vermittlungstätigkeit der Museen delegiert ist, bzw. inwieweit sie unter Einbeziehung verschiedener Mitarbeiter des Museums getragen wird. Beispielsweise ist dabei im Hinblick auf die Problematik mangelnder Kontinuität die Untersuchung der Frage interessant, inwieweit die Arbeit z.B. der ehren- oder nebenamtlichen Mitarbeiter allein geleistet wird oder in Kooperation mit unterschiedlichen, festangestellten Mitarbeitern.

Für die überwiegende Mehrheit der Museen (1.693, 56 % von 3.002 bzw. 46,3 % aller 3.657) wurde nur jeweils ein Personenkreis benannt, der für die Arbeit zuständig ist. An 541 Museen sind dies ehren- bzw. nebenamtliche Mitarbeiter und freiwillige Helfer. Dies bedeutet, daß an mehr als jedem 7. Museum in der Bundesrepublik Deutschland (14,8 % von 3.657 Museen) eine museumspädagogische Besucherbetreuung ausschließlich durch diesen Personenkreis erfolgt. Wie die Ausführungen zum Zusammenhang zwischen Personalsituation und Museumsart zeigen werden, ist dies im wesentlichen bedingt durch die große Zahl kleiner Volks- und Heimatkundemuseen. An 458 der 827 Museen, die über freiwillige Helfer für ihre museumspädagogische Arbeit verfügen,

werden diese zusätzlich unterstützend tätig. An weiteren 661 Museen wird die Besucherbetreuung ausschließlich durch sonstige Mitarbeiter wahrgenommen. 95 Museen führten ausschließlich ABM-Kräfte auf. Dies erscheint bezüglich der Kontinuität der museumspädagogischen Arbeit problematisch.

Von 100 Museen, d.h. 27,9 % der 358 Museen mit hauptamtlich im Haus beschäftigten Museumspädagogen, werden die im Haus beschäftigten Pädagogen als allein zuständig erklärt. Dies scheint ein Hinweis darauf zu sein, daß nach dem Verständnis der Museen die besucherbezogene Vermittlungsarbeit weitgehend an diesen Personenkreis delegiert werden kann.

In den 928 Museen, an denen mehrere unterschiedlich ausgebildete Mitarbeiter gemeinsam museumspädagogisch tätig sind, findet die Zusammenarbeit am häufigsten zwischen folgenden Personenkreisen statt:

- ehren- bzw. nebenamtliche Mitarbeiter und sonstige Mitarbeiter des Museums (insbesondere wissenschaftliche Angestellte des Museums, Museumsleiter und/oder Angestellte anderer Einrichtungen),
- ehrenamtliche Mitarbeiter und ABM-Kräfte,
- ABM-Kräfte und sonstige Mitarbeiter (wissenschaftliche Angestellte des Museums, Museumsleiter, Angestellte anderer Einrichtungen und Honorarkräfte).

Im Unterschied zu diesen verbreiteten Zusammenarbeitsformen führt die Gruppe der hauptamtlich im Museum beschäftigten Museumspädagogen an 129 Museen, also mehr als einem Drittel der Fälle (36 %), freie Mitarbeiter, d.h. Honorarkräfte an, mit denen gemeinsam die museumspädagogische Arbeit geleistet wird. Sie ist demnach an Museen mit Museumspädagogen anders organisiert als im übrigen Gros der bundesdeutschen Museen.

Zur weiteren Differenzierung soll untersucht werden, welche Museen nach Museumsart welche Organisationsform besonders häufig angeben. Im folgenden wird die Verteilung des museumspädagogischen Personals an den Museen, gegliedert nach Museumsart und -größe, allgemein untersucht und in Teil 3 dieses Heftes in ihren speziellen Organisationsformen exemplarisch beschrieben.

1.4.2 Die Verteilung des museumspädagogisch tätigen Personals an den verschiedenen Museen

Insgesamt 358 Museen beschäftigten in ihrem Haus hauptamtliche Museumspädagogen. Bei diesen Museen handelt es sich zu einem Drittel um Volks- und Heimatkundemuseen. Innerhalb der Volks- und Heimatkundemuseen liegt ihr Anteil damit jedoch nicht einmal bei 10 %. Ähnlich verhält es sich bei den Schloß- und Burgmuseen: bei dieser Museumsart finden Museumspädagogen genauso gering Erwähnung, dicht gefolgt von den naturwissenschaftlich-technischen Museen. Mit festangestellten Museumspädagogen relativ gut ausgestattet scheinen Kunstmuseen, naturkundliche Museen und größere Museumskomplexe zu sein, da nahezu 20 % dieser Museen festangestellte Museumspädagogen melden. Sammelmuseen mit komplexen Beständen weisen mit über 50 % den höchsten Anteil aus. Wieviel Museumspädagogen werden dabei insgesamt genannt und wie ist deren Verteilung in den jeweiligen Museen der neuen und

alten Bundesländer? Wie Tabelle 14 zeigt, liegen von den 3.657 erfaßten Museen bei insgesamt 3.002 Museen dazu Angaben vor. Danach sind in den alten Bundesländern 199 Museumspädagogen ganz und weitere 93 halbtags an 220 Museen beschäftigt. D.h., weniger als 10 % der Museen, die dazu Angaben gemacht haben, können museumspädagogisch fest Beschäftigte melden. Prozentual höher sind die Auskünfte aus den neuen Bundesländern: Hier verteilen sich 179 ganze und 34 halbe Kräfte auf 138 Museen, die über 20 % der Museen mit Angaben stellen.

Tabelle 14: Anzahl der Museumspädagogen im Haus nach Museumsart

Museumsart	Museen in *	Museen mit Angaben zur Museums- pädagogik	Museen mit Angaben zur Personal- struktur	Museen mit hauptamtlichen Museums- pädagogen **	Ganztags	Halbtags
Volksk. u. Heimatk.- museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	1.612 342 1.270	1.439 316 1.123	113 46 67	92 46 46	39 13 26
Kunst- museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	344 64 280	314 57 257	68 18 50	80 23 57	18 4 14
Schloß- und Burg- museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	158 37 121	137 36 101	10 8 2	12 11 1	6 5 1
Natur- kundliche Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	127 43 129	159 40 119	31 12 19	32 16 16	9 2 7
Naturwiss. und tech. Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	337 58 279	307 33 254	29 13 16	49 28 21	14 3 11
Hist. und archäol. Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	193 40 153	179 39 140	33 7 26	26 9 17	8 — 8
Sammelmus. mit kompl. Beständen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	21 7 14	21 7 14	13 5 8	16 7 9	7 — 7
Kulturg. Spezial- museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	461 100 361	385 94 291	48 24 24	56 33 23	21 7 14
Mehrere Museen in M.komplex	Gesamt n.Bl. a.Bl.	68 13 55	61 11 50	13 5 8	15 6 9	5 — 5
Summe	Gesamt n.Bl. a.Bl.	3.657 734 2.923	3.002 653 2.349	358 138 220	378 179 199	127 34 93

* n.Bl.: neue Bundesländer, a. Bl.: alte Bundesländer

** ohne zentrale museumspädagogische Dienste

Allerdings ist es wenig sinnvoll, allein aus der Anzahl der museumspädagogisch Beschäftigten inhaltlich-qualitative Schlüsse zu ziehen, da Umfang und Qualität der museumspädagogischen Aktivitäten von den Wirkungsmöglichkeiten und spezifischen Rahmenbedingungen an den verschiedenen Museen und nicht zuletzt von der Qualifikation und dem persönlichen Engagement des Einzelnen abhängen. Wie sehr zusätzlich das Engagement und der gar nicht bis minder bezahlte Einsatz der "Freien" noch in Betracht gezogen werden muß, zeigen die Beispiele in Abschnitt 3 sowie die exemplarischen Berichte im Standbein.Spielbein. Nr. 35 (1993). In der folgenden Tabelle 15 wird dargestellt, wie sich die Anzahl der Museumspädagogen im Haus nach Bundesländern aufschlüsselt.

Tabelle 15: Verteilung der direkt in Museen angestellten Museumspädagogen nach Bundesländern (ohne zentrale pädagogische Dienste)

Bundesland	Anzahl der Museen	mit Angaben zu dieser Frage	Museen mit Pädagogen im Haus	ganztags	halbtags
Baden-Württemberg	680	542	42	31	22
Freistaat Bayern	684	530	15	9	6
Berlin	108	98	17	18	8
Brandenburg	123	111	16	24	4
Bremen	17	14	7	7	5
Hamburg	41	31	6	3	4
Hessen	305	242	18	20	4
Mecklenburg-Vorpommern	84	74	18	20	2
Niedersachsen	376	308	30	26	16
Nordrhein-Westfalen	427	357	63	73	22
Rheinland-Pfalz	172	138	11	10	2
Saarland	41	30	6	4	1
Freistaat Sachsen	237	207	43	60	19
Sachsen-Anhalt	118	104	21	23	3
Schleswig-Holstein	124	107	16	11	8
Thüringen	120	109	29	39	1
Gesamt	3.657	3.002	358	378	127

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der uns gemeldeten ABM-Kräfte nach Museumsarten (Tab. 16).

Tabelle 16: Verteilung der museumspädagogisch tätigen ABM-Kräfte nach Museumsart

Museumsart	Museen in *	Museen mit Personalangaben	Museen mit ABM-Kräften	Anzahl der ABM-Kräfte
Volksk. u. Heimatk.-museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	1.439 316 1.123	150 72 78	182 90 92
Kunstmuseen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	314 57 257	28 12 16	31 14 17
Schloß- und Burgmuseen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	137 36 101	8 6 2	8 6 2
Naturkundliche Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	159 40 119	10 3 7	11 3 8
Naturwiss. und tech. Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	307 53 254	25 11 14	37 18 19
Hist. und archäol. Museen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	179 39 140	17 8 9	19 10 9
Sammelmus. mit kompl. Beständen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	21 7 14	3 — 3	3 — 3
Kulturg. Spezialmuseen	Gesamt n.Bl. a.Bl.	385 94 291	27 11 16	33 15 18
Mehrere Museen in M.komplex	Gesamt n.Bl. a.Bl.	61 11 50	7 ** 4 ** 3 **	4 2 2
Summe	Gesamt n.Bl. a.Bl.	3.002 653 2.349	275 127 148	328 158 170

* n.Bl.: neue Bundesländer, a. Bl.: alte Bundesländer

** enthalten sind auch die Museen, die zwar ABM-Kräfte benannten, aber die Anzahl nicht angaben

In Tabelle (Tab. 17) wird die Verteilung der uns gemeldeten ABM-Kräfte nach Bundesländern dargestellt.

Tabelle 17: Verteilung der museumspädagogisch tätigen ABM-Kräfte nach Bundesländern

Bundesland	Museen mit Personalangaben	Museen mit ABM-Kräften	Anzahl der ABM-Kräfte
Baden-Württemberg	542	20 *	18
Freistaat Bayern	530	16	19
Berlin	98	7	10
Brandenburg	111	27	35
Bremen	14	3	3
Hamburg	31	1	1
Hessen	242	17	23
Mecklenburg-Vorpommern	74	13 *	12
Niedersachsen	308	25	32
Nordrhein-Westfalen	357	44	47
Rheinland-Pfalz	138	4	6
Saarland	30	5	6
Freistaat Sachsen	207	43	50
Sachsen-Anhalt	104	17	23
Schleswig-Holstein	107	8	9
Thüringen	109	25	34
Gesamt	3.002	275	328

* enthalten sind auch die Museen, die die Anzahl ihrer ABM-Kräfte nicht angaben

1.4.3 Museumspädagogische Arbeit von zentralen Diensten und anderen Einrichtungen außerhalb des Museums

Bei der an allen Museen durchgeführten Erhebung haben insgesamt 143 Museen angegeben, daß die museumspädagogische Arbeit durch Museumspädagogen einer anderen Einrichtung durchgeführt werde. Einige Museen machten dazu keine näheren Angaben, eine Reihe von Museen benannten zentrale museumspädagogische Dienste, Mitarbeiter der Kulturämter, Mitglieder der Fremdenverkehrsvereine usw.

Hieran wird deutlich, wie heterogen die museumspädagogische Betreuung strukturiert ist. Im Rahmen einer Nacherhebung haben wir die von den Museen genannten zentralen Einrichtungen ebenfalls befragt. Damit ließ sich feststellen, daß mindestens weitere 110 – 120 hauptamtliche, festangestellte Mitarbeiter in zentralen Einrichtungen museumspädagogisch tätig sind, die zu den direkt im Museum beschäftigten 505 Museumspädagogen hinzu zu zählen sind.

Insgesamt ergibt sich, daß zum Zeitpunkt unserer Erhebung in der Bundesrepublik mehr als 600 Personen hauptamtlich und festangestellt museumspädagogisch tätig waren.

Von den zentralen Einrichtungen wurden darüber hinaus zum Zeitpunkt unserer Nacherhebung im Herbst 1994 insgesamt eine Reihe von abgeordneten Lehrern und etwa 500 Honorarkräften beschäftigt (siehe Tab. 18).

In einigen Großstädten, z.B. Berlin, Dresden, Hamburg, München, Köln, Stuttgart oder kulturellen Zentren wie Weimar oder Potsdam leisten zentrale Dienste, die kommunal bzw. vom Land getragen werden, die museumspädagogische Arbeit in und für eine ganze Reihe von Museen.

In Berlin z.B. betreut der Museumspädagogische Dienst Berlin die landeseigenen Museen, das Landesarchiv Berlin sowie von Fall zu Fall auch private Museen. Eine weitere zentrale Einrichtung, die Abteilung Museumspädagogik/Besucherdienst der Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz (SMB-PK) versorgt die 17 Museen der SMB museumspädagogisch. Der Bereich Museumspädagogik/Besucherdienst der Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz entstand in der jetzigen Form 1992 durch die Zusammenführung der beiden großen Museumsorganisationen Staatliche Museen zu Berlin und Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz. Er setzt die Arbeit der in beiden Organisationen schon vorhandenen museumspädagogischen Einrichtungen fort.

In Dresden betreut die zentrale Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden alle elf Museen der Staatlichen Kunstsammlung und erarbeitet für diese die museumspädagogischen Begleitprogramme.

In München ist das Museumspädagogische Zentrum (MPZ) für die Münchner Museen zuständig. Darüber hinaus bieten die Pädagogische Aktion/SPIELkultur e.V. und die Münchner Volkshochschule museumspädagogische Angebote an: spielpädagogische Aktionen zur Erschließung des Lernfeldes Museum die Pädagogische Aktion/SPIELkultur e.V. und die Volkshochschule ein ausgebautes Führungsprogramm.

In Nürnberg gibt es als zentrale Einrichtung das Kunstpädagogische Zentrum, das gemeinsam von der Stadt Nürnberg und dem Germanischen Nationalmuseum getra-

gen wird. Entsprechend der zielgruppenspezifischen Schwerpunkte sind zwei Abteilungen "Schulen" und "Erwachsenenbildung" eingerichtet. In beiden Abteilungen zusammen arbeiten insgesamt 20 museumspädagogische Mitarbeiter (16 Halbtags- und 4 Ganztags-Stellen).

Von einer Reihe weiterer Museen wurden uns Dienste bzw. Dienststellen der Kommunen als Durchführende der museumspädagogischen Arbeit für die Museen genannt; so z.B. das Kulturamt in Mannheim und in Pforzheim. Andere zentrale Einrichtungen finden sich in Nordrhein-Westfalen: beim Rheinischen Museumsamt des Landschaftsverbandes Rheinland betreut ein Referent die Heimat- und Regionalmuseen im Bereich des Landschaftsverbandes. Der Landschaftsverband Westfalen-Lippe verfügt mit dem museumspädagogischen Referat der Landesbildstelle Westfalen über ein Zentralreferat mit vier hauptamtlichen Mitarbeitern, die für die Museen des Landschaftsverbandes museumspädagogisch tätig sind und mit einer wechselnden Anzahl von Museen in Westfalen (in unterschiedlicher Trägerschaft) kooperieren.

Tabelle 18: Pädagogische Mitarbeiter in zentralen Einrichtungen

Zentrale Dienste	Hauptamtliche museumspädagogische Mitarbeiter	Mitarbeiter im Rahmen von AB-Maßnahmen	Honorarkräfte
Museumspädagogischer Dienst des Landes Berlin	14	—	ca. 100
Museumspädagogik/Besucherdienst der Staatlichen Museen zu Berlin— Preußischer Kulturbesitz	16	—	150
Referat für Museumspädagogik, Rheinisches Museumsamt, Brauweiler	1	—	k.Ang.
Staatliche Kunst- sammlungen Dresden	7	—	k.Ang.
Museumspädagogik Freiburg	4	—	ca. 15
Museumsverbund Süd-niedersachsen, Göttingen	2	1	2
Museumspädagogischer Dienst der Kulturbehörde Hamburg	13	1	k.Ang.
Museumsdienst Köln	15	1	ca. 80
Museumspädagogisches Zentrum München	13	—	5
Pädagogische Aktion/ SPIELkultur e.V., München	2	—	10 – 15
Referat für Museumspädagogik Landesbildstelle Westfalen, Münster	4	—	ca. 60
Kunstpädagogisches Zentrum im Germanischen Nationalmuseum, Nürnberg	20	—	ca. 90
Museumspädagogischer Dienst der Stadt Pforzheim	1	—	—
Stiftung Schlösser und Gärten Potsdam Sanssouci	11	k.Ang.	ca. 80
Schleswig-Holsteinisches Landesmuseum, Schleswig	1	—	k.Ang.
Museumspädagogischer Dienst der Stadt Stuttgart	2	—	30
Stiftung Weimarer Klassik, Weimar	8	k.Ang.	k.Ang.

In Freiburg wiederum ist die städtische Einrichtung "Museumspädagogik Freiburg" aus der Museumspädagogischen Initiative hervorgegangen, die 1982 gegründet wurde. In den Zuständigkeitsbereich der Museumspädagogik Freiburg gehören das Augustinermuseum mit der Außenstelle Stadtgeschichtliches Museum, das Museum für Neue Kunst, die Museen für Völkerkunde und Naturkunde sowie Ur- und Frühgeschichte.

Für die museumspädagogische Arbeit sind in diesem Zusammenhang einige weitere Einrichtungen, Initiativen und museumspädagogische Vereine zu nennen, auch wenn eine vollständige Erfassung und Beschreibung in diesem Bericht nicht möglich ist. Hinweisen sei exemplarisch auf die "Pädagogische Aktion/SPIELkultur e.V.", München und auf den Verein "Jugend im Museum", Berlin.

Bei der Nacherhebung zeigte sich, daß die Zuständigkeit für bestimmte einzelne Museen in einigen Einrichtungen gegeben ist, in anderen zentralen Diensten ist die Zuständigkeit museumsübergreifend und/oder wechselnd geregelt. Aber auch wenn diese Einrichtungen sehr unterschiedlich organisiert sind, stellten sich gemeinsame Schwerpunkte in der personalen Vermittlung heraus: von fast allen wurden Führungen und Seminare durchgeführt. Die meisten Dienste bieten Unterricht im Museum an. Auch mediale Vermittlungsarbeit gehört bei der Mehrheit der zentralen Einrichtungen zu ihren Aufgaben. Die meisten dieser Einrichtungen gestalten (einige ab und zu, andere regelmäßig) eigene Ausstellungen, dagegen geben nur wenige Einrichtungen an, bei der Ausstellungsplanung eines Museums mitzuwirken. Diese wünschenswerte Kooperation zwischen Fachwissenschaftlern und Museumspädagogen ist also tatsächlich auch bei zentralen Diensten überwiegend nicht realisiert.

Die Zielgruppen sind neben den von allen Diensten genannten Kindern oft auch noch Behinderte, Senioren, Lehrer u.a. Alle Einrichtungen kooperieren mit Schulen, häufig darüber hinaus mit verschiedenen anderen Institutionen.

Weitere Hinweise führten auf die museumspädagogische Tätigkeit von Fachschulen, Pädagogischen Hochschulen und Universitäten in den Museen. So ist z.B. die Einrichtung der Gedenkstätte Breitenau, die seit 1986 durch den "Verein zur Förderung der Gedenkstätte und des Archivs Breitenau e.V." getragen wird, aus einem Projekt eines erziehungswissenschaftlichen Seminars der Gesamthochschule Kassel hervorgegangen und wird auch von dort weiterhin ehrenamtlich betreut.

Zwar gibt es in der Bundesrepublik Deutschland bisher keinen Studiengang Museumspädagogik, doch Hinweise auf Veranstaltungen an verschiedenen Hochschulen zu museumspädagogischen Themen haben wir von verschiedener Seite erhalten. Unter anderen sind hier – neben den bereits erwähnten – zu nennen: PH Freiburg, PH Ludwigsburg, Universität Hildesheim, Universität Oldenburg, Universität Osnabrück. Darüber hinaus gibt es sicherlich eine Reihe anderer Universitäten, Pädagogischer Hochschulen, Fachhochschulen oder andere Aus- und Weiterbildungsstätten, die Seminare, Kurse o.ä. für den museumspädagogischen Bereich anbieten.

Inzwischen liegt eine Analyse von Bildungsprogrammen der Bereiche Kommunikation, Kultur, Information an verschiedenen Fachhochschulen, Pädagogischen Hochschulen und anderen Hochschulen und Universitäten vor (Schuck-Wersig, Wersig 1993).

Darüberhinaus gibt es verschiedene zentrale Fortbildungseinrichtungen, die ebenfalls Kurse und Programme für Museumspädagogen anbieten. Hierzu gehören z.B. die Bun-

des Akademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel, das Deutsche Museum in München oder die Rheinische Museumsschule in Brauweiler.

Unerwähnt bleiben müssen die unzähligen Angebote von Fortbildungsveranstaltungen und Tagungen (vgl. Arbeitskreis Museumspädagogik Norddeutschland e.V., 1991; Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen e.V., 1994), ausgerichtet von museumspädagogischen oder anderen Museumsarbeitskreisen und Landesverbänden. Hingewiesen sei aber auf die Beiträge der Tagungen des Deutschen Museumsbundes 1994 in Hildesheim und dem internationalen Symposium, veranstaltet von den ICOM-Nationalkomitees der Bundesrepublik Deutschland, Österreichs und der Schweiz in Lindau im selben Jahr, die neben der Problematisierung von Ausbildungsfragen von Museumsbeschäftigten insgesamt, unterschiedliche Fortbildungsstätten wie das Nachdiplomstudium Museologie in Basel vorstellten. Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang das Institut für Museologie am Fachbereich Buch und Museum der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig und der Studiengang Museumskunde am Fachbereich 8 der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin.

1.5 Zielgruppen museumspädagogischer Arbeit

Zielgruppenspezifische Tätigkeiten sind – das legen auch die theoretischen Ausführungen von Weschenfelder/Zacharias (3. Auflage 1992) nahe – charakteristisch für die museumspädagogische Praxis. Eine erfolgreiche, Besucher motivierende “Führung” oder “Begleitung” wird bei Kindern von anderen Erfordernissen ausgehen, an andere Vorkenntnisse anknüpfen als eine Führung mit dem Freundeskreis des Museums oder mit Erwachsenen.

Zielgruppenspezifische Vermittlungsarbeit versucht, die Ausstellungsinhalte für bestimmte, in ihrer Erwartungshaltung und Wissensstruktur ähnliche Besuchergruppen pädagogisch reflektiert und didaktisch strukturiert aufzubereiten (Miles, 1986). Ein solches Konzept beinhaltet beispielsweise, daß bei Führungen der Vortragsstil zugunsten eines “Gesprächs” aufgegeben wird, in dem Fragen und Vorstellungen der Besucher den Ausgangspunkt für die Themenerarbeitung bilden.

Trotz dieser eingangs formulierten Überlegungen läßt aber die Beantwortung der Frage nach den Zielgruppen nicht per se auf eine didaktische Reflexion zielgruppenspezifischer Erfordernisse schließen. Genauso ist möglich – denkt man beispielsweise an touristisch attraktive Zentren – daß stündlich für alle Besucher eine einheitlich angebotene Führung auf dem Programm steht. Teilweise dienen akustische Führungssysteme diesem Zweck. In unserer Erhebung wird das Spektrum der gesamten Vermittlungstätigkeiten erfaßt und somit kann – je nach Verständnis der beantwortenden Museen – das Museumspublikum generell als Zielgruppe betrachtet werden, das in einer didaktisch aufbereiteten Ausstellung angesprochen werden soll (vgl. Rohmeder, 1977). Trotz dieses sehr unterschiedlichen Verständnisses können wir allgemein davon ausgehen, daß die Frage nach den Zielgruppen einen Hinweis auf tatsächlich vorliegende, wie auch immer strukturierte Angebote gibt, denn immerhin haben knapp 80 % der 355 Museen, die weder personale noch mediale Angebote aufführten auch keine Zielgruppen angegeben.

In der Tabelle 19 sind im Vergleich der Zielgruppenangaben aus Museen der neuen und der alten Bundesländer verschiedene Aspekte auffallend. Zum einen wird eine durchgängig stärkere Zielgruppenorientierung in den neuen Bundesländern sichtbar, die konsequenterweise dazu führt, in der Rubrik “keine Zielgruppen” bedeutend weniger aufzuführen als die alten Bundesländer; ebenso sind dort weniger Fälle ohne Angaben.

Insgesamt liegen zu den Zielgruppen bei 2.923 Museen der alten Bundesländer in 1.072 (36,6%) und bei 734 Museen der neuen Bundesländern in 136 Fällen (18,5%) keine Angaben zu dieser Frage vor. Zu vermuten ist, daß in dem unterschiedlich ausgeprägten Antwortverhalten u. a. ein anderes museumspädagogisches Verständnis zum Tragen gekommen sein könnte, das sich in ähnlicher Weise in relativ häufigen Angaben bei den Zielgruppen Kinder, Jugendliche und Schulklassen spiegelt: das Museum wird als Teil eines umfassenden Bildungssystems gewertet und hat so auch unterrichtsunterstützende Aufgaben. Bei einer weiteren Untersuchung des Datenmaterials ist zudem auffallend, daß in den neuen Bundesländern in über 52 % der Fälle von Volks- und Heimatkundemuseen keine Auskünfte vorliegen (keine Angaben oder explizit negative Angaben) bzw. fast 50 % der Museen bis 5.000 Besuchern im Jahr. Ähnlich verhält es sich in den alten Bundesländern, so daß insgesamt 46,8 % der Museumsarten ohne Auskünfte

Tabelle 19: Zielgruppen museumspädagogischer Arbeit

Zielgruppe	Bundesrepublik Deutschland		neue Bundesländer		alte Bundesländer	
	Anzahl	in % *	Anzahl	in % **	Anzahl	in % ***
Kinder	1.161	31,7	354	48,2	807	27,6
Jugendliche	1.168	31,9	322	43,9	846	28,9
Schulklassen	2.016	55,1	510	69,0	1.506	51,5
Senioren	875	23,9	193	26,3	682	23,3
Behinderte	360	9,8	108	14,7	252	8,6
Museumsfreundeskreis	702	19,2	166	22,6	536	18,3
Ausländer	278	7,6	76	10,4	202	6,9
Touristen	1.383	37,8	432	58,9	951	32,5
Sonstige	345	9,4	67	9,1	278	9,5
Keine Zielgruppen	675	18,5	64	8,7	611	20,9

* in % der 3.657 Museen

** in % der 734 Museen in den neuen Bundesländern

*** in % der 2.923 Museen in den alten Bundesländern

Volks- und Heimatkundemuseen sind, bzw. in 58,9 % der Fälle handelt es sich um Museen mit weniger als 5.000 Besuchen im Jahr.

Aus den Prozent-Zahlen, die sich durch die relative Gruppengröße der Volks- und Heimatkundemuseen ergeben, kann jedoch nicht gefolgert werden, daß diese Museen weniger auskunftsfreudig wären bzw. keine Zielgruppen haben, was sich bei der Vielzahl kleiner, oft ehrenamtlich geführter Heimatmuseen annehmen ließe. Bezogen auf die jeweils neun verschiedenen Museumsarten ist sogar festzustellen: 43,4 % der Schloß- und Burgmuseen haben keine Zielgruppen oder haben dazu keine Angaben gemacht, gefolgt von Kunstmuseen (38,3 %), naturwissenschaftlichen und technischen Museen (36,8 %), usw. Insgesamt ist auffallend, daß bis auf die großen Verbundmuseen alle Museumsarten zu etwa einem Drittel zu der Frage nach den Zielgruppen entweder keine Angaben gemacht haben oder machen konnten, d.h. bei einem Drittel fast aller Museumsarten liegen keine Auskünfte über Zielgruppenorientierung vor. Wenn Zielgruppen genannt werden, führen die meisten Museen mehr als drei Zielgruppen an. Nur die Schloß- und Burgmuseen nennen mit 18,5 % hauptsächlich eine Zielgruppe.

Wie bereits in der Erhebung von 1988 festgestellt, bilden Kinder und Jugendliche sowie Schulklassen insgesamt die stärksten Zielgruppen, Touristen – eine 1988 nicht vorgegebene Kategorie – folgen an zweiter Stelle. Während Aktionen, Projekte oder Programme für Kinder und Jugendliche in Schulklassenverbänden und Freizeitprojekten von Beginn an zum museumspädagogischen Alltag zählen und theoretisch begründet vorliegen (Weschenfelder/Zacharias, 1992), werden erst in jüngster Zeit Touristenbesu-

che ambivalent betrachtet: sei es, daß man durch den wachsenden Kulturtourismus das Museumserlebnis der "eentlichen" Museums-Interessierten beeinträchtigt sieht oder gar konservatorische Bedenken anmeldet (Helmboldt, 1992; Sedlacek, 1992) oder, daß man im Gegensatz dazu an einem Ausbau der Touristenbesuche interessiert ist (Mensendiek, 1992)¹⁰. Nach den Zielgruppenangaben sind es immerhin über ein Drittel der Museen, die für den jeweiligen Ort modifizierte Angebote benötigen, welche jedoch erst in Ansätzen begründet vorliegen (Opaschowski, 1992).

Bei den Museumsangaben rangieren Behinderte und Ausländer als einzige Zielgruppen der museumspädagogischen Arbeit unter 10 %. Auf den ersten Blick läßt sich vermuten, daß sich ein Randgruppenproblem auch in den Zielgruppenangaben spiegelt. Doch ist eher anzunehmen, daß beide Gruppen statistisch nicht so ins Gewicht fallen und zudem bei Kindern und Jugendlichen diese Gruppen selbstverständlich integriert sind: In museumspädagogischen Projekten für Kinder beispielsweise können bis zu 30 % der Teilnehmer ausländischer Herkunft sein (vgl. Teil 3). Daß hier insbesondere bezogen auf ausländische Mitbürger ein Umdenken erfolgen wird, lassen jüngste Veröffentlichungen vermuten, die die wachsende Ausländerfeindlichkeit thematisieren und den Beitrag beschreiben, den Museen zur Aufklärung leisten können (Vossen, 1993; Meynert, 1993; Stein, 1993).

¹⁰vgl. auch das Themenheft von Standbein.Spielbein: Kulturtourismus Nr. 34, Dezember 1992

1.6 Zusammenarbeit der Museen mit anderen Einrichtungen und Veröffentlichungen der Museen

Museumspädagogische Arbeit an den Museen kann inhaltlicher Bestandteil von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen sein und ist von diesen daher oft nicht zu trennen: Museen wie auch museumspädagogische Arbeit sind auf Werbung in der Öffentlichkeit angewiesen, um ein breites Publikum ansprechen zu können (vgl. Klein, Bachmeyer, 1981; Klein, 1990). Dieser enge Bedingungs-zusammenhang, in der museumspädagogischen Literatur schon früh formuliert (Rohmeder, 1977), wird in jüngster Zeit durch marketingorientierte Konzeptionen wieder neu durchdacht (vgl. Borun, 1989; Schuck-Wersig/Wersig, 1992) und pointiert zu dem Ergebnis geführt, daß öffentlichkeitswirksame oder marketingorientierte Maßnahmen, wenn sie erfolgreich sein wollen, geradezu auf museumspädagogische Arbeit angewiesen sind. Insbesondere neue museumspädagogische Angebote können ständige Sammlungen auf eine dem Publikum attraktive Weise erschließen und somit neben den bekannt publikumswirksamen Sonderausstellungen eine weitere Attraktionsmöglichkeit bieten. Solche Überlegungen über den evidenten Zusammenhang von Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit lassen erwarten, daß diejenigen Museen, die über keine personalen oder medialen Angebote (vgl. Kap. 1.2) verfügen oder keine Zielgruppe angeben (vgl. Kap. 1.5), wahrscheinlich auch zu der Museumsgruppe gehören werden, die weder in der Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen noch durch andere werbliche Maßnahmen wie Plakate oder Veranstaltungskalender an die Öffentlichkeit treten. Tatsächlich geben von den 355 Museen, die weder über mediale noch personale Angebote verfügen, ca. 80 % keine Zielgruppen, etwa 75 % keine Kooperationspartner und noch ca. 47 % keine Veröffentlichungen an.

Die öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen der Museen stehen in direktem oder indirektem Zusammenhang mit museumspädagogischem Arbeiten und lassen sich in der Praxis nicht in formaler Weise trennen (Rohmeder, 1977). Maßnahmen der Darstellung nach außen sind beispielsweise mit Programmen oder Sonderausstellungen verknüpft, so daß Innen- und Außenperspektive nicht losgelöst voneinander betrachtet werden können. Mit der Definition des Museums als einer Institution, die die Merkmale eines Massenmediums aufweist (Graf/Treinen, 1983), ist diese Unterscheidung sogar gänzlich aufgehoben, da folglich die Ausstellung selbst Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit ist. Dabei orientiert sich Treinen an folgenden Definitionsmerkmalen der Massenkommunikation (vgl. Maletzke, 1963): Sie richtet sich an eine zumindest potentiell unbegrenzte und weitgehend anonyme Gesamtheit von Rezipienten (dispersedes Publikum); die Information erfolgt indirekt mit zeitlicher und/oder räumlicher Distanz und sie ist einseitig, da keine Rückkopplung des Empfängers möglich ist.

Ausgehend von diesem Museumsverständnis lassen sich im Prinzip zwei Formen der Öffentlichkeitsarbeit unterscheiden:

- Durch die gezielte Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen wie Schulen, Kindergärten, Kirchen, Gewerkschaften u.a. Organisationen und Institutionen des öffentlichen Lebens wird diese massenmediale Kommunikation durchbrochen, indem bestimmte Zielgruppen direkt und im Gespräch erreicht werden.
- Mit Publikationen wie Katalogen, Museumszeitschriften, Museumsprospekten usw. liegen Informationsmaterialien mit massenmedialem Charakter vor, wobei Arbeitsblätter, Quizspiele u.ä. einen Grenzbereich darstellen.

1.6.1 Die Zusammenarbeit der Museen mit anderen Einrichtungen

Die Antworten in der Erhebung von 1988 auf die Frage nach der Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen, in der als Kooperationspartner der Museen nur zwei Institutionen – die Volkshochschulen und Schulen – angekreuzt werden konnten, führten unter der Rubrik "Sonstiges" zu einer Differenzierung der Antworten, die in der Erhebung von 1993 durch die Ergänzung weiterer Rubriken Berücksichtigung fand.

Die mit der Entwicklung der Museumspädagogik eng verknüpfte Aufgabenstellung, durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit sogenannte "Nicht-Besucher" für das Museum zu gewinnen (vgl. Heft 27 der Materialien aus dem Institut für Museumskunde), spiegelt sich offensichtlich in der Vielfalt der Kooperationspartner. Betrachtet man im folgenden die Tabelle 20, zeigt sich, daß knapp 90 % aller Museen zur Frage nach den Kooperationspartnern Angaben gemacht haben: 707 Museen (19,3 %) gaben explizit an, keine Zusammenarbeit mit anderen Institutionen zu pflegen, während 469 die Frage nach den Kooperationspartnern unbeantwortet ließen.

Tabelle 20: Kooperationspartner der Museen

Kooperationspartner	Anzahl und % der Museen *			in % der Museen mit Angaben **			in % der Nennungen ***		
	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.
Schulen	1.865 51,0	518 70,6	1.347 46,1	75,2	83,4	72,4	31,3	33,4	30,6
Volkshochschulen	920 25,2	155 21,1	765 26,2	37,1	25,0	41,1	15,4	10,0	17,3
Universität	718 19,6	181 24,7	537 18,4	28,9	29,1	28,9	12,1	11,7	12,2
andere Bildungseinrichtungen	542 14,8	166 22,6	376 12,9	21,8	26,7	20,2	9,1	10,7	8,5
Vereine/Kirche	1.432 39,2	413 56,3	1.019 34,9	57,7	66,5	54,8	24,0	26,6	23,1
Sonstige Einrichtung(en)	483 15,2	118 16,1	365 12,4	19,5	19,0	19,6	8,1	7,6	8,3
Keine Zusammenarbeit	707 19,3	52 7,1	655 22,4	—	—	—	—	—	—

* Gesamt: 3.657, n.Bl.: 734, a.Bl.: 2.923

** Gesamt: 2.481, n.Bl.: 621, a.Bl.: 1.860

*** Gesamt: 5.960, n.Bl.: 1.551, a.Bl.: 4.409

Weitere Berechnungen zeigen, daß sowohl in den alten wie in den neuen Bundesländern bei dem Gros der Museen, ein bis drei Kooperationspartner genannt werden: In den neuen Bundesländern geben 495, in den alten 1.508 Museen ein bis drei Kooperationspartner an.

In der Tabelle ist auch auffallend, daß in der Gruppe der Museen mit mindestens einer Nennung sowohl in den alten Bundesländern wie in den neuen Bundesländern die gleiche Reihenfolge in den Angaben vorliegt. Der ausgesprochen häufigen Kooperation mit Schulen folgt die Zusammenarbeit mit Vereinen/Kirchen und an dritter Stelle die mit Volkshochschulen.

Auch 1992 ist die Zusammenarbeit mit Schulen die dominante Kooperationsform und korrespondiert im Ergebnis mit der Zielgruppenorientierung, die sich am stärksten an Kindern und Jugendlichen ausrichtet (vgl. Kap. 1.5). Ob der im Vergleich zur 88er Erhebung insgesamt prozentuale Anstieg auf die Gruppe der stärker schulorientierten Museen der neuen Bundesländer zurückzuführen ist oder auf eine Zunahme dieser Kooperationsform insgesamt, läßt sich durch die Vergleichsgruppenanalyse 87-92 beantworten (vgl. Kap. 2.5.1). Denn aus der dazugehörigen Tabelle 39 S. 75 wird ersichtlich, daß in den alten Bundesländern die Häufigkeit der Kooperation mit Schulen relativ konstant geblieben bzw. leicht zurückgegangen ist.

Die Zusammenarbeitsformen mit Schulen reichen von einer inhaltlich wie methodisch starken Lehrplanausrichtung bis zu erlebnisorientierten, kreativitätsfördernden Ansätzen, die sammlungsbezogen sein können (vgl. qualitativen Teil im Kap. 3).

Da Vereine/Kirchen mit jeweils über 50 % in der Gruppe der Museen vertreten sind, die mindestens eine Nennung angegeben haben, scheint es, als ob der 1988 gewonnene, aber relativierte Eindruck einer "verschulten Museumspädagogik" noch weiter zurückgenommen werden müßte, wenn auch Schulen als Kooperationspartner nach wie vor dominieren. Während für die Museen, die mit Volkshochschulen und Universitäten kooperieren, die Haupt-Zielgruppen offensichtlich sind, ist zu untersuchen, welche Zielgruppen durch die Zusammenarbeit mit Vereinen und Kirchen angesprochen werden. Daher wurden die insgesamt 1.432 Einrichtungen, die angaben, mit Kirchen und Vereinen zusammenzuarbeiten, auf ihre Zielgruppen hin untersucht: Auch hier werden die "klassischen" Gruppen aus Touristen, Schulklassen, Kindern und Jugendlichen am häufigsten benannt. Auffallend ist darüberhinaus jedoch, daß die ansonsten wenig privilegierten Gruppen der Behinderten (mit 224) und der ausländischen Mitbürger (mit 187) von nahezu zwei Drittel der Museen, die mit Kirchen und Vereinen zusammenarbeiten, als Zielgruppe benannt werden.

Zusammengefaßt entspricht das Bild der Kooperationspartner – wie zu erwarten – dem der Zielgruppen mit einer ausgeprägten Dominanz der Kinder und Jugendlichen, die in Schulklassen oder in anderen von Vereinen getragenen Freizeitaktivitäten angesprochen werden. Nach wie vor gering, aber in den neuen Bundesländern relativ stärker ausgeprägt, stellt sich die Zusammenarbeit mit Behinderten und ausländischen Mitbürgern dar, wobei Vereine und Kirchen diese Zusammenarbeitsformen insgesamt verstärkt wahrnehmen.

1.6.2 Die Veröffentlichungen der Museen

In Museen dienen Veröffentlichungen wissenschaftlichen, öffentlichkeitswerbenden oder bildenden/museumspädagogischen Zwecken. Entsprechend ist den Kategorien der Tabelle 21 der museumspädagogische Anteil nicht ad hoc zu entnehmen ist. Es ist nicht immer ersichtlich, ob es sich um allgemeine, sammlungs- oder ausstellungsbezogene oder um speziell museumspädagogische Veröffentlichungen handelt: Ein Museumsführer kann fachwissenschaftlich wie didaktisch aufbereitet sein, ebenso die Museumszeitschrift museumspädagogische Teile enthalten usw. Betrachtet man unter diesem Gesichtspunkt die Tabelle 21, die ebenso wie die Tabelle 20 aufgrund der vielen weiteren Nennungen bei der Erhebung von 1988 über die für 1987 vorhandenen Antwort-Kategorien hinaus weitere Antwort-Kategorien aufweist, so ist zunächst der Charakter

der Veröffentlichungen zu betrachten: Bis auf das Plakat und eventuell den Museumsprospekt handelt es sich in der Hauptsache um Veröffentlichungsformen, die eher intern werbend sind als extern. Wie in der Erhebung von 1988 stellt sich wiederum die Frage nach zielgruppenspezifisch werbenden Maßnahmen. Läßt sich beispielsweise die Museumszeitschrift noch der Zielgruppe des Museumsfreundeskreises zuordnen, fragt man sich bei der häufig aufgezählten Senioren- oder Touristengruppe: Wie wird diese Gruppe angeworben, durch Museumsprospekte, Veranstaltungskalender?

Folgende Tabelle 21 zeigt, welche Publikationen am häufigsten von den Museen in der Bundesrepublik Deutschland angeboten werden, wobei wiederum Mehrfachnennungen enthalten sind. Bei 858 Museen, nahezu einem Viertel der Museen, liegen zu diesem Teil des Fragebogens keine Angaben vor.

Tabelle 21: Veröffentlichungen der Museen

Art der Veröffentlichung	Anzahl und % der Museen *			in % der Museen mit Angaben **			in % der Nennungen ***		
	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.	Gesamt	n.Bl.	a.Bl.
Museumsprospekt	1.738 47,5	314 42,8	1.424 48,7	62,1	57,3	63,3	27,4	26,2	27,6
Museumsführer	1.052 28,8	180 24,5	872 29,8	37,6	32,8	38,7	16,6	15,0	16,9
Katalog, Sonderausstellung	238 6,5	39 5,3	199 6,8	8,5	7,1	8,8	3,8	3,3	3,9
Katalog, Dauerausstellung	449 12,3	64 8,7	385 13,2	16,0	11,7	17,1	7,1	5,3	7,5
Museumszeitschrift	106 2,9	14 1,9	92 3,1	3,8	2,6	4,1	1,7	1,2	1,8
Schriftenreihe	547 15,0	133 18,1	414 14,2	19,5	24,3	18,4	8,6	11,1	8,0
Veranstaltungskalender	512 14,0	85 11,6	427 14,6	18,3	15,5	19,0	8,1	7,1	8,3
Plakate	1.379 37,7	272 37,1	1.107 37,9	49,3	49,6	49,2	21,7	22,7	21,5
Sonstige	334 9,1	100 13,6	234 8,0	11,9	18,7	10,4	5,3	8,3	4,5

* Gesamt: 3.657, n.Bl.: 734, a.Bl.: 2.923

** Gesamt: 2.799, n.Bl.: 548, a.Bl.: 2.252

*** Gesamt: 6.356, n.Bl.: 1.201, a.Bl.: 5.155

Die wichtigsten Veröffentlichungen der Museen sind Museumsprospekte und -führer, die in fast jedem 2. Museum zu finden sind (1.738, 47,5 %).