

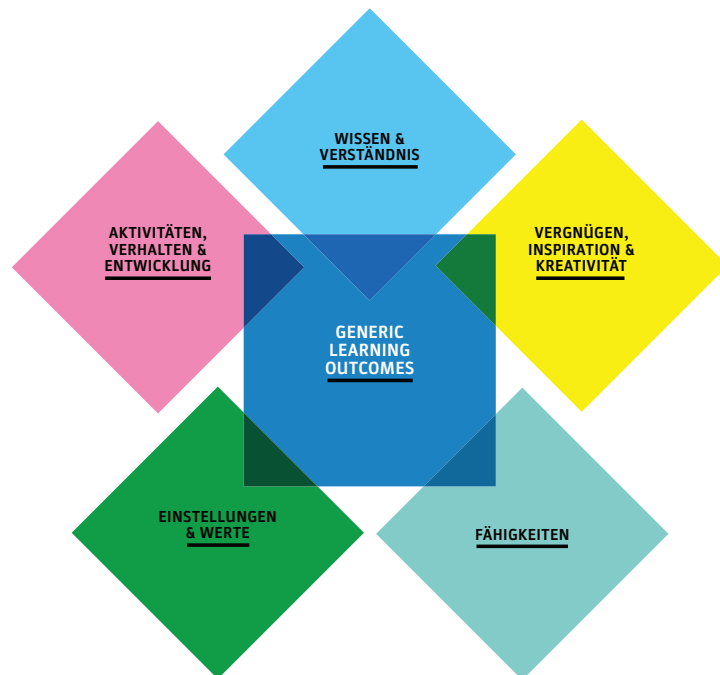
Das Ziel fest im Blick: Generic Learning Outcomes

Bereits seit geraumer Zeit wird das von 2001 bis 2004 an der britischen Universität Leicester entwickelte Modell der sogenannten Generic Learning Outcomes auch in der deutschsprachigen Museumswelt angeführt, wenn es um zeitgemäße Vermittlungsformate geht. Die Generic Learning Outcomes sind fünf leicht verständliche und themenunabhängige Dimensionen, die nicht Format oder Inhalt, sondern Ergebnis und Lernziel von Vermittlungsprogrammen in den Mittelpunkt stellen. Sie wurden bewusst offen angelegt, so dass Museen jeder Größe und jeden Typs das Modell zur Gestaltung und Evaluation nutzen können.

Visionär bei seiner Einführung, ist das Modell bis auf den heutigen Tag aufgrund seiner bestechenden Klarheit und leichten Anwendbarkeit über Großbritannien hinaus beliebt. Dieser anhaltende Erfolg und ein Vortrag einer der Erfinderinnen der Learning Outcomes, Prof. Jocelyn Dodd' in München im Rahmen der von der Landesstelle und dem Deutschen Museum konzipierten Bayerischen Museumsakademie, ist Anlass für *museum heute*, die Generic Learning Outcomes noch einmal näher zu beleuchten.

Kriterien im Blütenkranz

Es erweist sich als erstaunlich schwer, den Begriff »Generic Learning Outcomes« sinnvoll ins Deutsche zu übertragen. Die Kollegen der Pädagogik verwenden bisweilen den Begriff »Lernergebnisse« für Learning Outcomes, doch auch das Schlagwort der »Outcome-orientierten Pädagogik« ist als Behelfskonstrukt zu finden. Die hier vorgeschlagenen Übersetzungen sind



Die fünf verschiedenen Ergebnisbereiche der GLO
Grafik: Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern/Julia Neller/
CC-BY 4.0

Heike Zech



als pragmatische Übertragung zu verstehen, die bei Entwicklung und Evaluierung gleichsam hilfreich sein sollen. Der Begriff Generic wiederum verweist auf die generelle Anwendbarkeit der Dimensionen. So schwierig sich die Übersetzung der scheinbar einfachen drei Worte Generic Learning Outcomes erweist, so klar und leicht verständlich ist deren übliche grafische Darstellung als abstrahierte Blüte mit fünf Blättern. Sie zeigt die Flexibilität des Systems: Jede Dimension ist gleichwertig. Faktisches Wissen wird nicht mehr privilegiert. So kann jedes Museum die Dimensionen aussuchen, die dem eigenen Leitbild am besten entsprechen.²

Ergebnisorientierte Vermittlungsarbeit

Britische Museen arbeiten unter anderen Rahmenbedingungen als Häuser im deutschsprachigen Bereich. Die traditionell größere Bedeutung privater Förderung und der damit verbundenen Notwendigkeit, mögliche Sponsoren von der Relevanz musealer Arbeit zu überzeugen, sind allgemein bekannt. Auch das vergleichsweise wenig Chancengleichheit bietende englische Schulsystem hat Auswirkungen auf die museale Vermittlungsarbeit: Vielleicht mehr als in Deutschland stehen britische Museen immer mehr in der Pflicht, Angebote zu entwickeln, welche das Erlernen wesentlicher schulischer Inhalte und die Entwicklung von Life Skills – Grundkompetenzen für das tägliche Überleben und gesellschaftliche Miteinander – anbieten. Das Ergebnis, also Outcome der Aktion, kann auch in der Vermittlung von themenunabhängigen Fähigkeiten, wie etwa das Arbeiten im Team oder das Verfassen eines Lebenslaufes, liegen; ganz egal, ob der Anlass hierfür eine Ausstellung zu mittelalterlichen Fibeln oder Computerspielen ist.

Mit zielgruppengerechten Angeboten sollen zudem neue Besuchergruppen erschlossen werden. Auch hier leisten die Generic Learning Outcomes nach wie vor gute Dienste, da sie anspornen, darüber nachzudenken, welche Ergebnisse für welche Zielgruppe besonders wichtig und auch realistisch sind. Bisweilen hat Learning natürlich mittlerweile auch den klaren Zusatzauftrag, beispielsweise mit Angeboten wie E-Learning und Veranstaltungen im Bereich des »Lebenslangen Lernens«, neue Einnahmequellen zu erschließen und somit den Betrieb der Häuser mit zu sichern.

Diese Vielzahl der Aufgaben birgt in sich vielleicht ein Risiko der Verwässerung des Angebots für bestehende Besuchergruppen, doch zugleich auch große Chancen für innovative Angebote, die noch unerschlossenen Nutzerkreise ansprechen. Kurz gesagt: Es geht darum, möglichst viel für möglichst viele zu erreichen und das Leben der Teilnehmer positiv zu verändern – sei es nur für einen Nachmittag oder sogar für ein ganzes Leben.

Die interaktive Station »Masquerade« im Victoria and Albert Museum London ermuntert die Besucher, Tanzformen der italienischen Commedia dell'Arte nachzuspüren. In unmittelbarer Nähe sind Porzellanfiguren zu diesem Thema ausgestellt. Hier stehen klar die Lernergebnisse »Vergnügen, Inspiration und Kreativität« sowie »Wissen und Verständnis« im Mittelpunkt. Beide sind auch fest im Leitbild des Museums verankert.
Foto: Victoria and Albert Museum, London



Dieser Spieltisch mit Objekten zum Anfassen bereichert die Ausstellung zu Kunst- und Wunderkammern des V&A Museums. Die Aktivitäten selbst sind bereits Learning Outcomes. Über Material und Bearbeitung sollen auch deren Wert sowie Einstellungen zum Sammeln generell vermittelt werden.
Foto: Victoria and Albert Museum, London/Joanna Norman

Vermittlungsarbeit als gesellschaftliche Investition

Doch wie kann man herausfinden, welche Angebote wirklich einen Unterschied machen? Diese Frage kommt immer dann auf, wenn es gilt, die Bedeutung der eigenen Vermittlungsarbeit z. B. Förderern gegenüber klar darzustellen. Der Erfolg von Vermittlungsarbeit ist in deutlich messbaren Werten wie Besucherzahlen nur teilweise und wenig aussagekräftig zu ermitteln. Sie eignen sich kaum, um stichhaltige Aussagen über den inhaltlichen Erfolg eines Vermittlungsangebots zu erheben.

Kurz nach dem Millennium gab es einen Umschwung in der staatlichen Förderung der britischen Kulturlandschaft: Viele Institutionen konkurrierten nun noch mehr um die begrenzten Geldmittel öffentlicher Stellen und privater Sponsoren. In diesem Kontext wurde der gesellschaftliche Nutzen der Vermittlungsarbeit geradezu infrage gestellt: Welche Vermittlungsformate und -veranstaltungen liefern den größten Return on Investment, den besten Value for Money? Diese Diskussion war natürlich nicht nur auf Vermittlungsangebote begrenzt, vielmehr ging es im Lande Adam Smiths darum, den gesellschaftlichen Wert von Kultur und der sie pflegenden Institutionen insgesamt unter Beweis zu stellen. Spannenderweise eignet sich die Vermittlungsarbeit gerade besonders gut, um diesen Beweis anzutreten und somit mögliche Förderer und Sponsoren zu überzeugen.

Die Generic Learning Outcomes wurden in diesem Kontext insbesondere mit Blick auf nichtstaatliche Museen und Kulturinstitutionen außerhalb Londons entwickelt: Das Programm »Renaissance in the Regions« – eine groß angelegte staatliche Aktion zur Erneuerung und Aufwertung regionaler Museen, die leider mittlerweile aufgelöst wurde – war konkreter Anlass. Zwischen 2001 und 2004 erarbeitete daher eine Gruppe von Forschern im Auftrag des Research Centre for Museums and Galleries das Modell der Generic Learning Outcomes, das eine standardisierte Beurteilung der Reichweite und der Bedeutung von Vermittlungsprogrammen erlaubte, ohne in die Falle der wenig aussagekräftigen Zahlen zu geraten.

Anwendungsgebiete: »Policy, Planning, Practice«

Wie also verwendet man das Modell der Generic Learning Outcomes, sei es bei der Neuausrichtung der Vermittlungsarbeit des eigenen Hauses (Policy), der Planung konkreter Museumsprojekte wie Dauerausstellungen und Vermittlungsangebote (Planning) oder auch der Ausführung und Evaluation (Practice)? Kurz gesagt, in jedem der drei Fälle gilt es Fragen zu stellen, die aus den Vermittlungsdimensionen abgeleitet sind.

Die Webseiten wichtiger Förderinstitutionen bieten eine Vielzahl von Beispielen, auch berichten Museen über die Webseite der Museums Association oder in eigenen Blogs von ihren Erfahrungen und Ansätzen. Besonders empfohlen sei die Webseite des Arts Council England Projektes »Inspiring Learning for All«. Hier findet sich beispielsweise ein Baukasten³ zur Selbstevaluierung an jeder Stufe eines Projekts. Auch aus diesem Grund beziehen Museumsmacher in Großbritannien die Generic Learning Outcomes oft von vornherein als mögliche Lernergebnisse in die Planung von Dauerausstellungen mit ein.

So wurden etwa im Rahmen der Planung der Ende 2015 eröffneten Dauerausstellung »Europe 1600–1815« des Londoner Victoria and Albert Museums (V&A) mögliche Lernergebnisse mitbedacht und beeinflussten Themen- und Objektauswahl genauso wie die Erstellung eines vielschichtigen Vermittlungsangebots für verschiedene Besucher- und Nutzergruppen: Das Ergebnis ist so vielfältig wie die intendierten Nutzer und reicht von besonderen Familienlabels über interaktive Angebote wie Lernbereiche für Kinder und Spiele für alle Generationen bis hin zur Einrichtung eines Salons, der als Ort der Diskussion philosophischer Fragen rund um Europa im 21. Jahrhundert diene. Neben den Galerien selbst wurde die digitale Dimension in diese Planungen miteinbezogen, so dass man auf www.vam.ac.uk das Thema von verschiedensten Seiten beleuchtet findet, z. B. in dem Online-Spiel »Collecting Europe«. Darüber hinaus bietet die Learning Academy zahlreiche Kurse an, deren Ausgangs-, aber nicht immer Ergebnispunkt diese neue Dauerausstellung ist.

Man mag ins Feld führen, dass ein großes Nationalmuseum wie das V&A so etwas leicht bewältigen kann. Dies kann in der Fülle richtig sein und wird auch durch die zahlreichen GLO-geprägten Angebote der Wellcome Collection bewiesen, von denen hier beispielhaft der Superhuman Trail genannt sei.⁴ Doch auch oder insbesondere andere Museen können mit punktuell gewählten Maßnahmen sehr viel bewegen, wenn sie die Generic Learning Outcomes einsetzen. Die Museen im südenglischen Brighton etwa verwenden sie grundsätzlich zur Vorbereitung aller Ausstellungen. Ein besonders gelungenes, veröffentlichtes Beispiel der Verwendung von Learning Outcomes für die Evaluierung von Programmen bietet die Art Room Charity, eine Stiftung, die Kunsttherapien für Jugendliche anbietet. Sie zeigt, dass sich die Verwendung offen gehaltener Fragen anbietet, um alle Dimensionen der Ergebnisorientierung bei Projektteilnehmern abzuklopfen. Diese Befragung kann so spielerisch oder ernsthaft, so ausgetüfelt oder einfach stattfinden, wie das jeweilige Projekt und Haus es erfordert. Von einfachen Post-Its über Kommentarkarten bis hin zur digitalen Befragung ist hier alles denkbar. Nach dem Sammeln der Erfahrungen besteht die hohe Kunst dann in der Einordnung der jeweiligen Aussagen in die verschiedenen Dimensionen der Learning Outcomes. Die »Inspiring Learning for All«-Webseite bietet hierzu ein Übungsblatt an, das typische Fragestellungen exemplarisch auswertet.

Bereits im Jahr 2012 stellte die Wellcome Collection, London, die Generic Learning Outcomes ihrer Sonderausstellung »Superhuman« für Lehrer im Begleitheft der Ausstellung zusammen. Die Broschüre beinhaltet auch unterschiedliche Aktivitäten für verschiedene Altersstufen.
→ www.wellcomecollection.org

SUPERHUMAN
TEACHERS' PACK

TUESDAY-SUNDAY (UNTIL 18.09), CLOSED MONDAY
LATE-NIGHT THURSDAY (UNTIL 22.00)
163 EUSTON ROAD, LONDON NW1 6EJ • EUSTON, EUSTON SQUARE

wellcome collection

www.wellcomecollection.org A free destination for the incurably curious

So grandios dies alles klingen mag, so muss man sich bei der Verwendung der Learning Outcomes doch auch über deren Grenzen im Klaren sein. Sie sind zwar mittlerweile als Hilfsmittel in der Planung von Vermittlungsarbeit für Schulen etabliert, doch ihr Potenzial für andere Formate (z. B. Ausstellungen) und Zielgruppen ist bei Weitem noch nicht völlig ausgeschöpft. Auch ist zu konstatieren, dass Teilnehmer eher entschieden positive oder negative Einschätzungen abgeben. Somit bleibt die Beurteilung der tatsächlichen Lernerfolge auch bei Anwendung der Learning Outcomes subjektiv.

Was nun?

Die Erfahrungen indes, die der britische Museumssektor seit der Entwicklung der Learning Outcomes gemacht hat, sind eindeutig positiv. Die generelle Einschätzung ist, dass ihre Anwendung die Vermittlungsarbeit von Kulturinstitutionen unabhängig von deren Größe und Budget enorm vorangetrieben hat. Alle befragten Museen kannten bei einer Umfrage im Jahr 2013 das Modell. Neben den Vermittlern setzten sich insbesondere Museumsleitung und Kuratoren mit den Generic Learning Outcomes auseinander. Sie verwandten diese auch als Grundlage von Strategiepapieren. Als gemeinsame Sprache waren sie bereits damals als Dimensionen fest verankert und werden somit wohl auf lange Sicht fester Bestandteil der britischen Museumsarbeit bleiben.

Dennoch wird heute bisweilen ein vereinfachtes Modell mit drei sehr weit angelegten Ergebnisfeldern verwendet, wie etwa das von 2013 bis 2018 gültige Rahmenwerk des Heritage Lottery Funds zeigt. Ziel der Institution als eine der größten Förderstellen des Landes ist es, über den Zweiklang von Beratung und Förderung nachhaltigen positiven Wandel für das Erbe Großbritanniens und seine Bevölkerung auf den Weg zu bringen: »A lasting difference for heritage and people« lautet ihr derzeitiger Slogan. Waren die fünf klassischen Learning Outcomes früher das Schlüsselinstrument zur Beurteilung des Aspekts Vermittlung bei Förderanträgen an den Heritage Lottery Fund, sieht die aktuelle Fassung nur noch drei Dimensionen vor: Heritage Outcomes, Outcomes for Individuals und Outcomes for Communities/Societies.

Was heißt dies für uns?

Das Modell Generic Learning Outcomes ist bereits seit einigen Jahren auch hierzulande bekannt, wurde verschiedentlich in deutschsprachigen Publikationen vorgestellt und wird in der Praxis eingesetzt. Es hat sich erwiesen, dass ihre langfristige Verwendung mit Augenmaß weit über Großbritannien hinaus einen großen Beitrag zur Erneuerung der Museen als besucherzentrierte Institutionen leisten kann. Wie gesehen, nehmen sich auch die britischen Kollegen mittlerweile die Freiheit, das Cluster von fünf Dimensionen den Gegebenheiten im eigenen Haus anzupassen. Die Landesstelle berät gerne zur Anwendung des Modells, sei es bei konkreten Projekten oder der generellen Verankerung der Grundsätze ergebnisorientierter Vermittlungsarbeit.

¹ Eine englische Präsentation von Jocelyn Dodd zum Thema ist online abrufbar über die University of Leicester Webseite. www.le.ac.uk (Oktober 2017).

² Weitere Vorschläge zu Übersetzungen finden sich auch in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.), Museum und Lebenslanges

Lernen – Ein Europäisches Handbuch, Berlin 2010, S. 30–31. Zur englischen Fassung vgl. www.inspiringlearningforall.gov.uk (Oktober 2017).

³ www.artscouncil.org.uk (Oktober 2017). Das erstmals 2008 präsentierte System wurde zuletzt 2014 überarbeitet, um es für mehr

Typen von Kulturinstitutionen zur Verfügung zu stellen.

⁴ Dieses Arbeitsheft für einen Rundgang durch eine Sonderausstellung benennt konkret die angestrebten Lernergebnisse der einzelnen Aktivitäten. Es ist abrufbar auf www.welcomecollection.org

Tagungen

Anita Elsener

Ausstellung als sozialer Raum

Szenografie-Kolloquium in der DASA Arbeitswelt Ausstellung in Dortmund, 25.–26.1.2017

Anfang des Jahres befasste sich das Fachpublikum beim 17. Szenografie-Kolloquium mit dem Thema »Ausstellung als sozialer Raum«. Im Mittelpunkt der Betrachtungen stand, wie sich Museen den neuen Anforderungen einer immer differenzierteren und divergierenden Gesellschaft stellen können. Die Beiträge beschäftigten sich u. a. mit der Rolle von Perzeption, Dialog, Emotion und Authentizität oder wie und ob sich die klassischen Rollenverhältnisse zwischen Kurator und Publikum durch geforderte neue Formen der Partizipation verschieben. Auch die Frage nach den nötigen Strategien für die Szenografie, um Forderungen nach Repräsentation, Teilhabe und sozialer Inklusion nachkommen zu können, wurde behandelt. Nachfolgende Zusammenfassungen der Referate standen allen Teilnehmern als Text während der Tagung zur Verfügung. Sie werden hier stark verkürzt und teilweise mit den Ansichten der Vortragenden wiedergegeben.

Nach Begrüßung und Einführung durch den Initiator und Gastgeber Gregor Isenbort, Leiter der DASA, begann Luise Reitstätter von der Universität für angewandte Kunst Wien mit einer Analyse der Ausstellung als Interaktionsraum. Als Ausgangspunkt diente Erving Goffmans Verständnis eines sozialen Ereignisses, das Grundparameter wie Ort und Zeit, aber auch notwendige Requisiten und einen handlungsleitenden Rahmen für ein dem jeweiligen Ort angemessenes Verhalten mit einschließt. Sozial, so die praxistheoretisch begründete These, sind wir in der Interaktion mit Dingen genauso wie mit anderen Menschen. Das Attest unserer Zeit könnte gemäß Herrn Isenbort lauten: Wir sind nie so sozial gewesen.

Markus Speidel vom Landesmuseum Württemberg stellte die in den Museen jahrzehntelang unantastbare Deutungshoheit auf den Prüfstand. Was passiert mit ihr, wenn das Museum ein sozialer Raum sein soll, in welchem die Besucher selbst als Co-Kuratoren agieren oder partizipativ und interaktiv in die Ausstellung eingebunden werden? Der Vortrag ging der Frage nach, ob Museen überhaupt die Deutungshoheit haben und wenn ja, ob sie sie überhaupt verlieren können.

Virtuelle Tischnachbarn
beim DASA-Kolloquium
Foto: Landesstelle

