

# Vom Werden eines Berufes.

## Ein Berufsbild für Kulturvermittler/innen

*Seit mehr als zwei Jahren gibt es für die Kulturvermittlung in Österreich ein Berufsbild<sup>1</sup>: Am 11. Oktober 2017 wurde bei der ICOM CECA AUSTRIA-Preconference zum Österreichischen Museumstag in Steyr das Berufsbild Kulturvermittlung mit 150 anwesenden Fachexpertinnen und -experten beschlossen. Dieses Berufsbild und der knapp zweijährige intensive Vorbereitungsprozess, der von ICOM CECA AUSTRIA und vom ÖSTERREICHISCHEN VERBAND DER KULTURVERMITTLER/INNEN getragen wurde, haben die Kulturvermittler/innen in ganz Österreich einander näher gebracht: Das Berufsbild Kulturvermittlung ist für den gelebten Museumsalltag nicht nur der „Schulterchluss“ unter den österreichischen Kulturvermittlerinnen und -vermittlern, es ist vielmehr auch eine Qualitätsrichtlinie und ein wichtiges Instrument bei der Weiterentwicklung der Kulturvermittlung in den Institutionen vor Ort.*

### Erfolgskriterien einer professionellen Kulturvermittlung

In der Organisation von österreichischen Museen nimmt die Kulturvermittlung bis heute eine Sonderstellung ein – leider im negativen Sinn: Im Gegensatz zu anderen Fachdisziplinen arbeiten Kulturvermittler/innen oftmals unter prekären Arbeitsbedingungen, mit schwankendem Einkommen, ohne Recht auf Krankenstand oder Karenz, in situationselastischen Dienst- und Arbeitsverträgen oder auf Projektbasis. Obwohl die Kulturvermittlung in der Theorie als zentrale Museumssäule anerkannt ist und Kulturvermittler/innen mit dem Publikum arbeiten – immerhin ist die Besuchszahl DIE Erfolgskennzahl für Museen –, sind die Rahmenbedingungen in vielen Museen schlecht: Dies bezieht sich vor allem auf die Ausstattung mit finanziellen, personellen und räumlichen Mitteln und die Verortung als eigene Fachabteilung im Organigramm der jeweiligen Institution.<sup>2</sup> Aus diesem Grund wurde – sozusagen als nächster Schritt nach dem Berufsbild – bei der ICOM-Ideenkonferenz im Mai 2018 eine Arbeitsgruppe unter der Federführung des *Österreichischen Verbands der KulturvermittlerInnen* eingerichtet, die sich mit den erforderlichen Rahmenbedingungen für eine professionelle Kulturvermittlung auseinandersetzen sollte. Rund ein halbes Jahr später – im Rahmen eines weiteren gemeinsamen Arbeitstreffens des *Österreichischen Verbands der KulturvermittlerInnen* und *ICOM CECA Austria* – wurden am 25. Jänner 2019 mit Vertreterinnen und Vertretern der Kulturvermittlung aus den großen Museumsinstitutionen in Österreich die *Erfolgskriterien einer professionellen Kulturvermittlung*<sup>3</sup> verabschiedet. Als zentrale Aussage wurde einmal mehr herausgearbeitet, dass die Kulturvermittlung jene museale Fachdisziplin ist, die die Bedürfnisse, Interessen und Erwartungen des Publikums kennt und daher maßgeblich zur Wirkung von Kulturbetrieben beiträgt.

<sup>1</sup> Vgl. „Kulturvermittlung“, in [www.kulturvermittlerinnen.at/kulturvermittlung/](http://www.kulturvermittlerinnen.at/kulturvermittlung/) [Zugriff: 30.12.2019].

<sup>2</sup> Vgl. Angelika Doppelbauer, *Museum der Vermittlung. Kulturvermittlung in Geschichte und Gegenwart*, Wien 2019, S. 136f.

<sup>3</sup> „Erfolgskriterien einer professionellen Kulturvermittlung“, in: [www.kulturvermittlerinnen.at/wp-content/uploads/2019/02/ERFOLGSKRITERIEN-PROFESSIONELLE-KULTURVERMITTLUNG-final\\_25.1.19.pdf](http://www.kulturvermittlerinnen.at/wp-content/uploads/2019/02/ERFOLGSKRITERIEN-PROFESSIONELLE-KULTURVERMITTLUNG-final_25.1.19.pdf) [Zugriff: 30.12.2019].

### Salzburger Erklärung Österreich, Deutschland, Schweiz – Gemeinsam für Qualität in der Kulturvermittlung im Museum

Bildung und die Vermittlung von Kunst, Kultur, Natur, Technik sowie historischem Erbe sind zentrale Kernaufgaben der Museumsarbeit, um die gesellschaftliche Relevanz und Wirkung von Museen und Ausstellungsinhalten zu stärken. Die Kulturvermittlung trägt maßgeblich zum Erfolg der Institutionen bei.

Der Österreichische Verband der KulturvermittlerInnen, der Bundesverband Museumpädagogik e.V. (Deutschland) und Mediamus (Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung) arbeiten künftig eng zusammen, um die Qualität der Kulturvermittlung in Museen zu steuern, zu sichern und weiterzuentwickeln.

Die drei Länderverbände gehen davon aus, dass Kultureinrichtungen wie Museen die Grundrechte ihrer BesucherInnen respektieren, dass die Kulturvermittlung in der Gesellschaft und in der Institution zentral verankert und von Beginn an in Denk- und Arbeitsprozesse eingebunden ist und dass die Kulturvermittlung die inhaltliche Ausrichtung des Museums wesentlich mitgestaltet.

Die drei Verbände benennen folgende Erfolgskriterien:

#### 1. DEM PUBLIKUM ZUGEWANDT

Die Kulturvermittlung kennt die Bedürfnisse, Interessen und Erwartungen der BesucherInnen und setzt sich für die Entwicklung eines vielfältigen Publikums ein. Sie fordert deren Rechte ein und vertritt sie in Kommunikations- und Gestaltungsprozessen sowie Strategieüberlegungen. Sie ermöglicht Begegnungen und Teilhabe innerhalb und außerhalb der Institution.

#### 2. DEN INHALTEN VERPFLICHTET

Die Kulturvermittlung verfügt über die Kompetenz, Inhalte für ein heterogenes Publikum zu generieren, darzustellen und zu vermitteln. Wissen wird dabei nicht hierarchisch, sondern offen und multiperspektivisch verhandelt. Relevante Gegenwartsbezüge prägen die Auseinandersetzung mit den jeweils museumsspezifischen Themen.

#### 3. AM DISKURS AUSGERICHTET

Die Kulturvermittlung kuratiert – mit personalen und medialen Methoden – Bildungsprozesse. Sie kann vielfältige Diskurse anleiten, führen und moderieren und nutzt hierfür verschiedene Kanäle. Themen und Inhalte werden auch von BesucherInnen eingebracht und gemeinsam verhandelt. Dies bedingt eine ständige Reflexion von Theorie und Praxis im aktuellen gesellschaftlichen Kontext.

#### 4. VON KOMMUNIKATION GELEITET

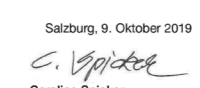
Die Kulturvermittlung initiiert inklusive Kommunikationsprozesse und schafft die Möglichkeit, die Kulturinstitution als sozialen Ort nutzbar und erfahrbar zu machen. Sie arbeitet interdisziplinär und hat Schnittstellen zu internen und externen PartnerInnen.

#### 5. MIT RESSOURCEN AUSGESTATTET

Die Kulturvermittlung verfügt über räumliche, budgetäre, zeitliche und personelle Ressourcen. Sie bildet eine eigenständige Abteilung mit Budget- und Personalverantwortung.

  
Sandra Malez  
Österreichischer Verband  
der KulturvermittlerInnen  
im Museums- und  
Ausstellungswesen

  
Dr.® Elke Kollar  
Bundesverband  
Museumpädagogik e.V.

Salzburg, 9. Oktober 2019  
  
Caroline Spicker  
mediamus – Schweizerischer  
Verband der Fachleute für  
Bildung und Vermittlung im  
Museum



Gleichzeitig hat der *Österreichische Verband der KulturvermittlerInnen* mit den Fachverbänden von Deutschland (*Bundesverband Museumspädagogik e.V.*) und der Schweiz (*mediamus – Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum*) eine Kooperation initiiert. Die *Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit*<sup>4</sup>, die im Jahr 2008 als länderübergreifendes Projekt verabschiedet wurden, galten für den österreichischen Raum als überholt. In einer gemeinsamen Klausur im Februar 2019 beschlossen die drei Fachverbände eine enge Zusammenarbeit, um die Qualität der Kulturvermittlung zu steuern, zu sichern und weiterzuentwickeln. Durch eine engere Zusammenarbeit und Unterstützung bei Fachthemen können die Kulturvermittler/innen aller drei Länder profitieren. Als erstes sichtbares Zeichen dieser Kooperation wurde auf Grundlage der Vorarbeiten der österreichischen Arbeitsgruppe die *Salzburger Erklärung*<sup>5</sup> verabschiedet.

**Museum wirkt, wenn Kulturvermittlung gestaltet!**

Den wachsenden Ökonomisierungsdruck, der sich mittlerweile durch alle Bereiche der Gesellschaft zieht, spüren auch Museen deutlich. In der öffentlichen Wahrnehmung und Rezeption wird bei der Erfolgsermittlung von Museen der Schwerpunkt auf quantifizierbare Kennzahlen gelegt. Möglichst viele Unternehmensdaten werden ausgewertet und mittels Kassensystemen gezählt.

Wie jedoch kann man die Wirksamkeit von Kulturinstitutionen messen? Erreichen Museen ihre Besucher/innen überhaupt noch und welche Rolle spielt dabei die Kulturvermittlung? „Museum“ wirkt, wenn die Kulturvermittlung ihr Potenzial ausschöpfen

kann und das Zusammenspiel der verschiedenen Fachdisziplinen (Sammeln, Forschen, Bewahren, Ausstellen und Vermitteln) seiner Mitarbeiter/innen funktioniert. Wichtige Ansätze in der Zusammenarbeit sind niederschwellige Hierarchien und die Abwicklung von Projekten mittels Projektmanagement, in dem gewährleistet ist, dass alle Projektpartner/innen gleich sind. Wo jedoch steht die Kulturvermittlung in den meisten Kulturbetrieben? Eigenartigerweise werden gerade jene Tätigkeitsgruppen, die sich intensiv den Besucherinnen und Besuchern widmen, nur selten als Schlüssel zum Erfolg betrachtet. Oft werden sie bewusst außerhalb der „Unternehmensstruktur“ gehalten oder nur halbherzig unter finanziell und strukturell schlechten Bedingungen ans Museum angegliedert. Dies hat zur Folge, dass Vermittlungsformate und -ansätze teilweise nicht verfolgt und wichtige, auch die Institution betreffende, aktuelle gesellschaftliche Fragestellungen (wie etwa Klimawandel, Nachhaltigkeit, Digitalisierung etc.) kaum verhandelt oder als Projekte gedacht und umgesetzt werden können. Bedenken bezüglich zu geringer Personalbudgets und somit nicht finanzierbarer Anstellungsverhältnisse in der Kulturvermittlung, die vonseiten der Museumsleitungen geäußert werden, könnten mittlerweile durch Best-Practice-Beispiele aus österreichischen Museen, welche die Anstellung ihrer Kulturvermittlungsteams vollzogen haben, widerlegt werden.<sup>6</sup>

Wirksame Kulturinstitutionen sind jene, in denen die interne Zusammenarbeit als Teamwork auf Augenhöhe gelebt wird und die Rahmenbedingungen für die Akteurinnen und Akteure so gelegt sind, dass sie deren Arbeit unterstützen. Die Kulturvermittlung nimmt dabei als Fachdisziplin für das Publikum eine Schlüsselposition ein! ■

**Sandra Malez**

Obfrau, Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen, Linz

<sup>4</sup> Vgl. Deutscher Museumsbund und Bundesverband Museumspädagogik e.V. (Hg.), „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“, in: [www.museumsbund.de/publikationen/qualitaetskriterien-fuer-museen-bildungs-und-vermittlungsarbeit-2008/](http://www.museumsbund.de/publikationen/qualitaetskriterien-fuer-museen-bildungs-und-vermittlungsarbeit-2008/) [Zugriff: 30.12.2019].

<sup>5</sup> Vgl. „Salzburger Erklärung“, in: [www.kulturvermittlerinnen.at/wp-content/uploads/2019/11/Salzburger-Erklärung\\_Unterschieden.pdf](http://www.kulturvermittlerinnen.at/wp-content/uploads/2019/11/Salzburger-Erklärung_Unterschieden.pdf) [Zugriff: 30.12.2019].

<sup>6</sup> Vgl. Wencke Maderbacher, *Kulturfairmitten. Praxishandbuch Anstellung eines Kulturvermittlungs-Teams*, Wien 2015.



**ARTEX**  
MUSEUM SERVICES

**WELTMUSEUM WIEN**

VITRINENBAU, AUSSTELLUNGSTECHNIK, OBJEKTMONTAGE

[WWW.ARTEX.AT](http://WWW.ARTEX.AT)

Photo Credits: KHM-Museumsverband

## ELEMENT PROTECT

microclimate  
humidity control

**Hochleistungssilicagel Adsorber**  
Speziell für den Einsatz in  
Museumsvitrienen.

Hergestellt aus  
schadstofffreien Materialien.

In der Box oder als  
Granulat erhältlich.

Vorkonditioniert auf Ihren  
gewünschten Bereich.

Preisgünstige Alternative  
in bewährter Qualität.

Das Weltmuseum Wien verwendet  
das Hochleistungssilicagel **ELEMENT PROTECT**.

THEMA MUSEUM WORKERS. EIN BERUFSBILD IM WANDEL  
[www.element-protect.com](http://www.element-protect.com)