



Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein

Richtlinien für die Zertifizierung

Vorwort

Die Museumsberatung und -zertifizierung wurde 2013 in Schleswig-Holstein eingeführt. Sie wird in Kooperation des Museumsverbandes Schleswig-Holstein und Hamburg e. V., des Landesverbandes der Volkshochschulen Schleswig-Holsteins e.V. und des Nordkollegs Rendsburg durchgeführt und vom Ministerium für Justiz, Kultur und Europa in Schleswig-Holstein sowie der Sparkassenstiftung Schleswig-Holstein gefördert. Ziel der Museumsberatung und -zertifizierung ist es, Schleswig-Holsteins Museen in ihrer musealen Arbeit zu stärken, zukunftsfähig aufzustellen und wettbewerbsfähig zu machen für den immer größer werdenden Konkurrenzkampf um Besucher und finanzielle Förderungen, um so die Vielfalt der schleswig-holsteinischen Museumslandschaft nachhaltig zu bewahren.

Das Verfahren der Museumsberatung und -zertifizierung gliedert sich in vier Module: das individuelle Beratungsgespräch im Museum, ein Fortbildungsprogramm und einen Fragebogen, die auf den „Standards für Museen“ basieren sowie die Einreichung von Pflichtdokumenten, u.a. einem Museumskonzept und einem Leitbild.

Um das Qualitätssiegel „Zertifiziertes Museum“ zu erhalten, müssen zum mitgeteilten Bewerbungstermin alle aus dem Beratungsgespräch hervorgegangenen Monita erfüllt sein. Eine entsprechende Liste der Monita wird der Museumsleitung nach dem Beratungsgespräch ausgehändigt. Weiterhin sind zum Bewerbungstermin die Teilnahme an allen sechs Pflichtseminaren nachzuweisen und die geforderten Pflichtdokumente einzureichen.

Nach der Abgabe aller Unterlagen und der Beseitigung der Monita werden die Dokumente sowie ein Bericht der Museumsberater über den Ist-Zustand des Museums einer unabhängigen Jury aus Museums- und Qualitätsmanagement-Experten vorgelegt, die auf dieser Grundlage über eine Vergabe des Zertifikats entscheiden. Diese Entscheidung ist rechtlich nicht anfechtbar. Die Besetzung der Jury ist auf der Homepage des Projekts „Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein“ veröffentlicht (www.museumszertifizierung-sh.de).

Um die Entscheidung der Jury möglichst transparent und nachvollziehbar zu kommunizieren, wurde dieses Qualitätsmanagement Handbuch erstellt, in dem Anforderungen, Benchmarks und Ausschlusskriterien für den Erhalt des Qualitätssiegels „Zertifiziertes Museum“ formuliert sind. Sie alle orientieren sich an dem von „International council of museums“(ICOM) 2010 definierten Museumsbegriff sowie an den vom „Deutschen Museumsbund“(DMB) 2006 herausgegeben „Standards für Museen“ und bilden die Grundlage für die Bewertung der Museen im Verfahren der Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein.

Das Qualitätssiegel „Zertifiziertes Museum“ gewährleistet, dass es sich bei allen ausgezeichneten Museen um Einrichtungen handelt, die sich den „Ethischen Richtlinien für Museen“ (ICOM 2010) verpflichtet fühlen und Museumsarbeit leisten, die den „Standards für Museen“ entspricht. Hinsichtlich der Benchmarks sind in einzelnen Bereichen unterschiedliche Anforderungen festgelegt. Diese variieren je nach der Zugehörigkeit zu einer 2016 vom „Institut für Museumsforschung“ (IfM) definierten Museumskategorie oder der an dem Sammlungsumfang gemessenen Museumsgröße und der Bedeutung innerhalb der schleswig-holsteinischen Museumslandschaft.

Rendsburg, den 9. November 2016

Dagmar Rösner MA

Projektleitung Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein

I Museumsdefinition

An der Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein teilnehmende Museen müssen sich zur Einhaltung der „Ethischen Richtlinien für Museen“ (ICOM 2010) verpflichten und folgender Museumsdefinition von ICOM entsprechen:

„Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“ (Ethische Richtlinien für Museen von ICOM, 2010)

Dieser Definition folgend sind Präsentationen, die keine eigene Sammlung besitzen, vorrangig keine originalen Gegenstände sammeln, nicht gemeinnützig sind oder nicht bzw. nur sehr eingeschränkt öffentlich zugänglich sind, von der Teilnahme an der Museumszertifizierung ausgeschlossen. Hierzu zählen:

- Science-Center,
- Zoos und Botanische Gärten,
- Natur- Informationshäuser,
- Archive und Bibliotheken,
- Museen mit einer Öffnungszeiten von weniger als 100 Tagen im Jahr,
- Private, nicht öffentlich zugängliche Sammlungen,
- Galerien und Museen, die auf privaten Gewinn ausgerichtet sind.

Am 1. Juni 2016 hat das Institut für Museumsforschung (IfM) gemeinsam mit der Konferenz der Museumsberater der Länder (KMBL) eine neue Kategorisierung der Museen nach ihrem Sammlungsschwerpunkt herausgegeben. Hier sind folgende Kategorien festgelegt:

- Museen mit volks- und heimatkundlichem / orts- und regionalgeschichtlichem Sammlungsschwerpunkt,
- Kunstmuseen,
- Schloss- und Burgmuseen,
- Naturkundliche Museen,
- Naturwissenschaftliche und technische Museen,
- Historische und archäologische Museen,
- Kulturgeschichtliche Spezialmuseen (z.B. Musik- und Literaturmuseen),
- Universalmuseen mit überregionaler Bedeutung (mit mehreren Sammlungsschwerpunkten aus den o.g. Bereichen),
- Museumskomplexe (mehrere Museen in einem Gebäude).

Die Museumsgröße wird an dem Umfang der Sammlung gemessen.

Hinsichtlich der Bedeutung eines Museums innerhalb der schleswig-holsteinischen Museumslandschaft wird zwischen regional, überregional oder international bedeutenden Häusern unterschieden.

II Dauerhafte institutionelle und finanzielle Basis

1. Trägerschaft

Die Kontinuität des Museums und seiner Arbeit muss durch eine rechtlich abgesicherte Trägerschaft gewährleistet sein.

Beispiele für geeignete Rechtsformen der Trägerschaft sind:

- Museen als unselbständige Einrichtungen des Bundes, der Länder oder der Kommunen,
- Museen als unselbständige Einrichtungen der Kirchen und anderer Körperschaften des öffentlichen Rechts,
- Museen als Aufgabe von Zweckverbänden sowie von Anstalten oder Stiftungen des öffentlichen Rechts,
- Museen als Zweckbetriebe gemeinnütziger Vereine oder Stiftungen bürgerlichen Rechts,
- Museen als unselbständige Einrichtungen von Wirtschaftsunternehmen, sofern diese den dauerhaften Erhalt des Museums garantieren,
- Museen in sonstigem Privateigentum, sofern rechtsverbindliche, schriftlich formulierte Willenserklärungen einen dauerhaften musealen Zweck bestimmen.

Mit dem Eigentümer des Museumsgebäudes ist ein Nutzungsvertrag zu schließen.

2. Finanzierung

Der Träger muss eine Finanzierung gewährleisten, die den dauerhaften Betrieb des Museums ermöglicht. Dazu zählen: ein dokumentierter Sammlungsbestand, der für Ausstellungen verfügbar ist, kontinuierlich betreut und für eine öffentliche Nutzung erschlossen wird, Ausstellungen, die ständig aktualisiert werden, ein individuelles Vermittlungsprogramm, eine eigene Homepage, ein geeignetes und langfristig verfügbares Museumsgebäude, angemessene Depoträume und regelmäßige Öffnungszeiten.

Die Grundfinanzierung kann sich aus verschiedenen Quellen zusammensetzen:

- Eintrittsgelder,
- öffentliche Zuwendungen,
- Einnahmen aus Vermietung oder Verpachtung,
- Mitgliedsbeiträge des Fördervereins,
- Spenden,
- Sponsorengelder.

Das Museum muss über finanzielle Garantien verfügen, die den Betrieb des Museums sichern und ist verpflichtet, eine Jahresrechnung aufzustellen.

Das Einwerben von Drittmitteln wird vorausgesetzt.

Die Unterstützung des Museums durch einen Förderverein ist verpflichtend.

Für die Finanzplanung ist der Träger verantwortlich.

III Leitbild, Museums- und Sammlungskonzept

Ein Leitbild, Museums- und Sammlungskonzept sind Voraussetzungen, um das Zertifikat zu erhalten. Sie bilden die Grundlage der Museumsarbeit, dienen der Orientierung und drücken das Selbstverständnis des Museums aus. Sie müssen mit dem Träger abgestimmt sein und in verbindlicher schriftlicher Form vorliegen.

1. Leitbild

Der Leitbildprozess ist transparent zu gestalten, alle Beteiligten müssen Gelegenheit bekommen, sich in den Prozess einzubringen, der Träger ist bei der Erstellung des Leitbildes einzubeziehen. Das Leitbild ist mit einer Fristsetzung zu versehen und alle fünf Jahre auf seine Aktualität zu überprüfen.

Das Leitbild muss folgende Aspekte umfassen:

- Grundausrichtung, Prioritäten und Selbstverständnis des Museums,
- Langfristige Ziele und Visionen des Museums,
- Ideeller und ethischer Hintergrund der Museumsarbeit (Normen und Werte),
- Angestrebte Kooperationen in der Region,
- Angestrebte Unternehmenskultur.

Die Konzeption des Leitbildes und Museumskonzepts sollte sich an dem „Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts“, (DMB, Berlin 2011) orientieren. Alle Leitfäden des DMB stehen auf der Homepage des DMB (www.museumsbund.de) als Download zur Verfügung.

2. Museumskonzept

Das Museumskonzept folgt aus dem Leitbild und beschreibt die Einordnung des Museums in sein unmittelbares gesellschaftliches und kulturelles Umfeld. Es setzt die Ziele des Leitbildes um und beschreibt funktionelle, organisatorische, inhaltliche und finanzielle Grundlagen. Um eine hohe Akzeptanz zu erreichen, sollten alle Museumsverantwortlichen in den Prozess einbezogen werden. Das Museumskonzept muss mit dem Träger abgestimmt sein, eine Fristsetzung enthalten und ist alle fünf Jahre auf seine Aktualität zu überprüfen.

Das Museumskonzept muss folgende Aspekte umfassen:

- rechtlicher Status,
- finanzielle Grundlagen,
- das Leitbild,
- die Geschichte des Museums,
- eine Analyse der vorhandenen Sammlungen, Räumlichkeiten des Personals und der technischen Ausstattung,
- die inhaltliche Arbeit (Sammeln, Bewahren, Forschen/Dokumentieren, Ausstellen / Vermitteln). Die Darlegung der inhaltlichen Arbeit geschieht in Form von Zusammenfassungen der eigentlichen Konzepte der Detailbereiche

- (Sammlungskonzept, Dokumentationsplan, Pressearbeit- und Marketingkonzept, Vermittlungskonzept),
- Perspektiven und Visionen.

Die Konzeption des Museumskonzepts sollte sich an dem „Leitfaden zur Erstellung eines Museumskonzepts“, (DMB, Berlin 2011) orientieren.

3. Sammlungskonzept

Jedes Museum hat eine eigene Sammlungsstrategie, die im Sammlungskonzept niedergeschrieben wird. Es regelt den verantwortlichen Umgang mit den Objekten und berücksichtigt die Notwendigkeit von Dokumentation, Bewahrung, Konservierung, Restaurierung und Ausstellung der Exponate. Weiterhin benennt das Sammlungskonzept die Sammlungsbereiche und enthält Richtlinien für den Erhalt der Bestände (Sammlungspflegekonzept). Basis des Sammlungskonzeptes sind ein lückenloser Überblick über vorhandene Museumsbestände und ihre Bewertung. Die Sammlungsstrategie wird alle fünf Jahre überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Das Sammlungskonzept kann gesondert oder als ein Bestandteil des Museumskonzepts vorgelegt werden.

Das Sammlungskonzept muss folgende Aspekte umfassen:

- Geschichte, Zweck und Ziel der Sammlung,
- Sammlungsethik,
- Sammlungspflege,
- Bestandsgruppen und Schwerpunkte,
- Definition der zentralen Bestandsgruppen,
- nicht weiter zu verfolgende Bereiche,
- Abgabe / Tausch/ Entsameln von Sammlungsbereichen,
- Desiderate,
- Perspektiven der Weiterentwicklung.

Sammlungsbestände, die zur Kernsammlung des Museums gehören, dürfen nicht veräußert werden.

Die Konzeption des Sammlungskonzepts sollte sich an dem Leitfaden „Nachhaltiges Sammeln. Ein Leitfaden zum Sammeln und Abgeben von Museumsgut“ (DMB 2011) orientieren.

IV Museumsmanagement / Organisation

1. Internes Management

Für die Aufgabenverteilung im Museum ist ein Stellenplan für alle Beschäftigten mit ihrer detaillierten Aufgabenstruktur vorzulegen.

Die Museumsleitung muss dafür Sorge tragen, dass alle Mitarbeiter/innen ständig aktuell über Ausstellungen und Veranstaltungen, strukturelle Veränderungen und allgemeine organisatorische Fragen informiert sind. Hierzu ist regelmäßig ein wöchentliches Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräch zu führen.

Die Museumsleitung muss eine Jahresplanung aufstellen und alle Mitarbeiter/innen über die Inhalte informieren.

Die Zuständigkeiten im Museum müssen klar definiert und in einem Organigramm verschriftlicht sein.

2. Externes Management

2.1. Marketing

Eine Kooperation mit der örtlichen Tourismusagentur ist verpflichtend. Um die Tourismusagentur stets aktuell über das kulturtouristische Potential des Museums zu informieren, sind deren Vertreter ein Mal jährlich zu einer Führung durch die Museumsleitung einzuladen und in den Verteiler für Ausstellungs-Einladungen, Plakate, Museumsflyer und Newsletter aufzunehmen.

Je nach Budget und Anlass sollten Anzeigen in den relevanten Printprodukten der Tourismusorganisation, in gedruckten regionalen Veranstaltungskalendern und in der regionalen Tagespresse geschaltet werden.

Das Museum sollte eine zeitgemäße Corporate Identity haben, in der die Homepage und alle Printprodukte gestaltet sind. Bei Museen mit überregionaler Bedeutung ist dieses eine Voraussetzung für die Zertifizierung des Hauses.

Im Wegeleitsystem der Stadt muss das Museum gut auffindbar sein. Das Museumsgebäude ist durch Aufschriften, Banner oder Stelen am Außenbau deutlich als Museum kenntlich zu machen.

2.2. Öffentlichkeitsarbeit

Das Museum muss über eine zeitgemäße Homepage verfügen. Diese Homepage sollte möglichst eigenständig sein, muss alle notwendigen Informationen zum Museumsbesuch enthalten (Öffnungszeiten, Kontakt, Museumsinhalte und -geschichte, aktuelle Ausstellungen und Veranstaltungen, Vermittlungsangebote) und stets aktuell gepflegt sein.

Die Museumsleitung bzw. die Pressestelle muss aktiv auf die regionale und ggf. überregionale Presse zugehen und stets über aktuelle Veranstaltungen und Ausstellungen, herausragende Ankäufe oder grundlegende Umgestaltungen informieren. Hierzu sind professionelle Pressemitteilungen zu verfassen und ist zu Pressegesprächen einzuladen.

Die Museumsleitung bzw. die Pressestelle muss aktuelle Termine an alle relevanten Veranstaltungskalender geben.

2.3. Besucherforschung

Zur Auswertung der Besuchergruppen und -resonanz ist ein Gästebuch in der Ausstellung auszulegen.

Alle fünf Jahre ist eine Besucherumfrage mittels Fragebogen durchzuführen und auszuwerten.

2.4. Kooperationen

Kooperationen mit dem örtlichen Geschichts-/ Kunstverein und der örtlichen Volkshochschule werden empfohlen.

3. Serviceangebot

Folgende Serviceangebote sind im Museum vorzuhalten:

- Besucherleitsystem,
- Garderobe und Schließfächer,
- Museumsshop (nur überregional und international bedeutende Museen). Die Angebote des Museumsshops müssen im Kontext des Museumsprofils bzw. des Themas der jeweiligen Sonderausstellung stehen.
- Museumscafé (nur überregional und international bedeutende Museen),
- Museumsarchiv,
- Museumsbibliothek.

Das Museum muss durch – auch am Abend und Wochenende stattfindende – Veranstaltungen (z.B. Lesungen, Konzerte, Theateraufführungen) zu einem lebendigen Ort der Kulturvermittlung in der Region werden. Vorausgesetzt wird auch die Teilnahme am Internationalen Museumstag (IMT) und regelmäßig veranstaltete Museumsfeste/ -nächte.

Eine Verbundkarte mit weiteren ortsansässigen Museen wird empfohlen. Besucher mit folgenden (Mitglieds-) Karten haben freien Eintritt:

- Museumscard,
- DMB,
- ICOM,
- Museumsverband Schleswig-Holstein und Hamburg e.V.

4. Barrierefreiheit

Das Museum sollte möglichst barrierearm sein. Die Museumsleitung muss über eine barrierefreie Homepage sowie über besondere Informationssysteme und Vermittlungsangebote für Menschen mit Einschränkungen informiert sein. Weiterhin sollte nach Möglichkeiten eines barrierefreien Zugangs zum Museumsgebäude gesucht werden und eine schrittweise Barrierefreiheit des Museums angestrebt werden.

Hinsichtlich der Barrierefreiheit im Museum im sollte den Hinweisen des Leitfadens „Das inklusive Museum. Leitfaden für Barrierefreiheit und Inklusion“ (DMB 2013) gefolgt werden.

V Qualifiziertes Personal

Für alle Mitarbeiter muss eine Arbeitsplatzbeschreibung vorliegen.

In städtischen und Museen mit überregionaler Bedeutung ist die Museumsleitung mit einem/r der Museumskategorie entsprechend ausgebildeten, qualifiziertem/n Wissenschaftler/in zu besetzen.

Bei größeren, überregional bedeutenden Museen wird zusätzlich die Besetzung folgender Positionen mit Fachpersonal empfohlen:

- Kurator/in,
- Vermittlung,
- Magazinverwaltung,
- Ausstellungstechnik,
- Marketing und Pressearbeit.

Ist eine Besetzung mit Fachpersonal nicht möglich, muss dafür gesorgt sein, dass die in diesen Bereichen tätigen Mitarbeiter entsprechend ihrer Aufgaben geschult sind oder externe Sachkenntnis eingeholt wird.

Kleine Heimatmuseen können ehrenamtlich geleitet werden.

Die Einbeziehung von ehrenamtlich tätigen Mitarbeitern ist für alle Museen verpflichtend. Diese Mitarbeiter müssen durch die Museumsleitung/ von ihr bestimmte Mitarbeiter in die Inhalte des Museums und ihre Aufgaben eingewiesen werden. Ihr Einsatz für das Museum muss angemessen anerkannt werden.

Alle Museumsmitarbeiter müssen eine fortwährende Teilnahme an Fortbildungen nachweisen.

Ist in folgenden Bereichen kein Fachpersonal vorhanden, muss für folgende Aufgaben externe Sachkenntnis eingeholt werden:

- Ausstellungsgestaltung / -konzeption,
- Inventarisierung / Dokumentation,
- Museumspädagogik,
- Marketing und Werbung,
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
- Sammlungspflege / Restaurierung,
- Wissenschaftliche Arbeit / Forschung,
- Kaufmännische Buchführung,
- EDV / Medieneinsatz,
- Aufsicht,
- Reinigung,
- Sicherheit / Brandschutz / Wachdienst.

Hinsichtlich der personellen Ausstattung des Museums sind die Hinweise der Leitfäden „Museumsberufe - Eine europäische Empfehlung“ (DMB 2008) und „Bürgerschaftliches Engagement im Museum“ (DMB 2008) zu beachten.

VI Bewahren

1. Bauliche Voraussetzungen

Das Museum muss über ausreichenden und geeigneten Depotraum für den nicht ausgestellten Teil der Sammlungen verfügen. Das Depot muss begehbar sein und eine Grundordnung haben.

Museen mit überregionaler Bedeutung, die für Sonderausstellungen wertvolle Exponate leihen, müssen einen facility report nachweisen.

Überregional bedeutende Museen mit wertvollen Sammlungsbeständen müssen eine Alarmanlage vorweisen.

Alle Museen müssen über ein Sicherheitskonzept verfügen und einen Notfallplan für die Evakuierung von Besuchern und Mitarbeitern nachweisen. Museen mit überregionaler Bedeutung und wertvollen Sammlungsbeständen müssen überdies einen Evakuierungsplan für festgelegte Sammlungsbestände nachweisen.

2. Gebäudemanagement

Museen der Kategorien „Museum mit volks- und heimatkundlichem Sammlungsschwerpunkt“ (ausgenommen Bauernhausmuseum, Landwirtschaftliches Museum, Volkskundliche Sammlungen zu ländlicher Sachkultur), „Kunstmuseum“, „Schloss- und Burgmuseum“, „Naturkundemuseum“, „Historisches und archäologisches Museum“ und „Kulturgeschichtliches Spezialmuseum“ müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- Klimaüberwachung in Ausstellung und Depot,
- regelmäßige Kontrolle zum Schadinsektenbefall,
- kontrolliertes, gesteuertes und ggf. eingeschränktes Licht in Ausstellung und Depot. Für Grafiken ist ein maximaler Wert von 50 Lux einzuhalten. Ist dieses nicht gegeben, sind die Fensterscheiben mit UV-Folie zu bekleben.

Eine Klimaregelung in Ausstellung und Depot ist nur bei Museen mit einer überdurchschnittlich wertvollen Kunst- oder Kunstgewerbesammlung erforderlich.

Alle Museen müssen in Ausstellung und Depot regelmäßig Kontrollen zum Schadinsektenbefall durchführen. Textilsammlungen müssen mit Lavendelsäckchen o.ä. vor Schädlingen geschützt werden.

Alle Museen müssen ein Sammlungspflegekonzept vorlegen.

Die präventive Sammlungspflege im Museum sollte sich an dem Leitfaden „Präventive Konservierung“ (ICOM 2014) orientieren.

VII Dokumentieren und Forschen

1. Dokumentieren

Alle Neuzugänge sind in das Inventarbuch und in die digitale Datenbank einzugeben.

Die Sammlungsbestände müssen digital erschließbar sein.

Kann gewährleistet werden, dass der digital erfasste Sammlungsbestand so gesichert ist, dass ein Verlust der Daten ausgeschlossen werden kann (z.B. durch eine zentrale Datensicherung einer Stadt), ist eine zusätzliche Dokumentation auf einer Karteikarten nicht erforderlich. Ist diese Sicherheit jedoch nicht gegeben, so sind alle Exponate zusätzlich auf Karteikarten / einem Ausdruck der Datenblätter zu dokumentieren.

Die Teilnahme am zentralen Erfassungsprogramm „digiCULT“ wird empfohlen.

Ziel muss eine 100 % Inventarisierung des gesamten Bestandes (Alt- und Neubestand) sein.

Liegt ein undokumentierter Sammlungsbereich vor, so ist durch die Einstellung von Personal bzw. durch die Vergabe von Werkverträgen oder die Beschäftigung geschulter ehrenamtlicher Mitarbeiter sicherzustellen, dass der Sammlungsbestand kontinuierlich erschlossen wird. Für das Erreichen des Zertifikats ist ein Arbeitsplan vorzulegen, in dem der Zeitraum, das Personal und die Anzahl der zu inventarisierenden Exponate / Jahr festgelegt sind. Das zu erfüllende Minimum sind 500 neu dokumentierte Exponate / Jahr.

Bei der Dokumentation der Sammlungsbestände sind die Empfehlungen des „Leitfadens für die Dokumentation von Museumsobjekten“ (DMB 2011) zu berücksichtigen.

2. Forschen

Das Forschen ist eine der Kernaufgaben des Museums und Bestandteil der Museumsdefinition von ICOM. Eine Forschungstätigkeit muss daher im Museum erlaubt ausdrücklich gewünscht sein.

Die Forschungsschwerpunkte des Museums müssen im Zusammenhang mit seiner Sammlung und seinem gesellschaftlichen Auftrag stehen.

Die Forschungsergebnisse sind in Form von Publikationen, Ausstellungen und / oder Vorträgen öffentlich zugänglich zu machen.

Eine Forschungstätigkeit Dritter ist im Museum zu ermöglichen.

Zu Forschungszwecken sind Exponate zu verleihen, sofern ihre Sicherheit dadurch nicht gefährdet ist.

Die Erhebung einer Leihgebühr ist nicht zwingend erforderlich.

VIII Ausstellen und Vermitteln

1. Ausstellen

Zertifizierte Museen müssen regelmäßige Öffnungszeiten gewährleisten und mehr als 100 Tage im Jahr geöffnet sein.

Die Dauerausstellung muss in einem ständigen Prozess ergänzt und optimiert werden. Spätestens alle 25 Jahre ist eine vollkommene Neukonzeption der Dauerausstellung vorzunehmen.

Ein zertifiziertes Museum muss mindestens eine Sonderausstellung pro Jahr präsentieren.

In der Ausstellungsfläche muss ein einheitliches Informationssystem aus Überschriften, Saaltexten und Objektbeschriftungen vorhanden sein. Der Schrifttypus sollte einheitlich und gut lesbar sein, die Beschriftungen dürfen nicht beschädigt sein und sollten alle 5 Jahre erneuert werden.

2. Vermitteln

Ein zertifiziertes Museum muss ein Vermittlungskonzept haben, in dem neben der klassischen Führung Veranstaltungsformate entwickelt werden, die auf das individuelle Profil und auf die Zielgruppen des Museums abgestimmt sind.

Der Kontakt zu Schulen ist aktiv zu suchen. Hierzu sind die entsprechenden Fachschaften bzw. die Schulleiter regelmäßig einzuladen, um Themen auszuloten, die dem Profil des Museums entsprechen und sich gut in den Lehrplan integrieren lassen. Empfohlen wird, das museumspädagogische Programm für Schulklassen in den entsprechenden Fachkonferenzen vorzustellen und regelmäßig Flyer an die Schulen zu versenden.

Als Basisinformation müssen Informationsblätter zu den Themen der Dauerausstellung oder andere Vermittlungsformate bereitgestellt werden. Bei Museen mit überregionaler und internationaler Bedeutung sollten überdies Kataloge, Medienstationen und Audioguides angeboten werden.

Bei der Vermittlungsarbeit sind die Hinweise aus den Leitfäden „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“ (DMB 2008), „schule@museum - Eine Handreichung für die Zusammenarbeit“ (DMB 2011) und „Museen, Migration und kulturelle Vielfalt - Handreichungen für die Museumsarbeit“ (DMB 2014) zu beachten.

Kontakt:

Dagmar Rösner, M.A.

Projektleitung Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein

Nordkolleg

Am Gerhardshain 44

24867 Rendsburg

Tel.: 04331 – 3398865

E-Mail: roesner@museumszertifizierung-sh.de

www.museumszertifizierung-sh.de

Projekträger der Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein:

Museumsverband Schleswig-Holstein und Hamburg e. V.

Nordkolleg

Am Gerhardshain 44

24867 Rendsburg

Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holsteins e. V.

Holstenbrücke 7

25103 Kiel

Nordkolleg Rendsburg

Am Gerhardshain 44

24867 Rendsburg

Das Projekt „Museumsberatung und -zertifizierung in Schleswig-Holstein“ wird mit Mitteln des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur in Schleswig-Holstein und der Sparkassenstiftung Schleswig-Holstein sowie durch Beiträge der Museen finanziert.