Bedürfnisse

Die Bedürfnisse, also Ansprüche und Wünsche, der Museumsbesucher*innen sollten immer im Fokus der Vermittlung stehen, damit sich ALLE im Museum wohlfühlen.

Eckpunkte der Vermittlung

Grundsätzlich sollten für eine bedürfnisorientierte Vermittlung bestimmte Eckpunkte beachtet werden. Eine Liste finden Sie im Folgenden.

Was ist bei der **Organisation** zu beachten?

- Gute Erreichbarkeit (Anbindungen) erleichtert allen Menschen den Zugang zum Museum. Das gilt sowohl für Off- und Online-Informationen (Öffnungszeiten, Website etc.) als auch für physische Zugänglichkeit.
- Das Museumspersonal muss über den Besuch informiert sein, ggf. kann es so helfen.

Welche Rolle spielen **Räumlichkeiten**?

- Temperatur, Luftqualität und Raumatmosphäre tragen zu einem angenehmen Aufenthalt im Museum bei.
- Absätze und Treppen in Räumlichkeiten bilden für Menschen mit eingeschränkter Mobilität oft unüberwindliche Hindernisse – dies gilt es zu vermeiden.
- Exponate sollten für alle gut zugänglich und sichtbar sein. Dies gilt für Umraum, Höhe der Platzierung sowie Lichtverhältnisse/Beleuchtung. Auch der Winkel der Wahrnehmung ist zu berücksichtigen.
- Eine gute Akustik begünstigt die Kommunikation.
- Leitsysteme unterstützen die räumliche Orientierung im Museum.

Was trägt zur **Verständlichkeit** bei?

- Einfache, deutliche und langsame Sprache macht Inhalte für alle verständlich.
- Eine zugewandte Körpersprache fördert die Kommunikation.
- Angemessene Ansprache signalisiert Vermittlung auf Augenhöhe und gegenseitige Wertschätzung.
- Adäquate Auswahl und Dosierung von Informationen erleichtern es den Besucher*innen, diese aufzunehmen und zu verarbeiten.

Was ist beim **Inhalt** zu beachten?

- Texte und Bilder bieten inhaltliche Orientierungspunkte und Hilfestellungen zur Kontextualisierung an.

Welche **Anknüpfungsmöglichkeiten** bieten sich an?

- Bezüge zum Alltag, zu Wissen und Erinnerung schaffen inhaltliche Anknüpfungsmöglichkeiten.
- Transferbrücken und adäquate Kontexte machen Entferntes und Komplexes zugänglicher.

Wie gelingt eine **Atmosphäre von Akzeptanz und Teilhabe**?

- Die Besucher*innen sollten das Gefühl bekommen, im Museum willkommen zu sein.
- Vermittler*innen bauen zu den Teilnehmer*innen ein positives Verhältnis auf und zeigen jederzeit Verständnis für sie.
- Vermittler*innen achten auf die Atmosphäre in der Gruppe. Die Teilnehmer*innen sollten sich in der Gruppe angenommen fühlen.
- Aktivierungen durch Vermittler*innen und Gelegenheiten zur Kommunikation können das Erlebnis nachhaltig intensivieren, positive Erinnerungen kreieren, das Gemeinschaftsgefühl steigern, individuelle Ressourcen aktivieren und die Einstellung zum Museum verändern.

Was bewirkt eine **sinnliche Ansprache**?

- Der Museumsbesuch darf und soll Spaß machen.
- Gelungene Vermittlung überrascht und bestätigt, mischt Bekanntes und Fremdes.
- Erlebnisse sollten im Zentrum stehen: sinnliche Begegnung mit dem Museum, Seherlebnisse, bleibende Eindrücke.

Welche Rolle haben **Empathie und Emotionen**?

- Positive Einstellungen von Vermittler*innen übertragen sich auf Teilnehmer*innen.
- Vermittler*innen sind für emotionale Reaktionen offen, lassen sie zu, begegnen ihnen wertfrei und gehen qualifiziert mit ihnen um.
- Vermittler*innen bieten emotionale Zugänge an und schaffen Gelegenheit, persönliche Beziehungen zu Exponaten aufzubauen.

Welchen Stellenwert haben **Freiräume** während der Vermittlung?

- Besucher*innen brauchen Räume, um zu kommunizieren, sich zu entspannen, ihre Eindrücke zu verarbeiten oder zu experimentieren.