

Bildungs- und Vermittlungskonzept

I Einleitung

II Leitlinien

1. Forschungsbezug
2. Partizipation
3. Vielfalt/Diversity
4. Kooperationen

III Vermittlung

1. Vermittlungsansatz
2. Besucher*innenorientierung
3. Zielgruppen

VI Praxis

1. Bildungsangebote
2. Veranstaltungen

Literatur

I Einleitung

Das Deutsche Schifffahrtsmuseum – Leibniz-Institut für deutsche Schifffahrtsgeschichte (DSM) nimmt eine Schlüsselstellung dabei ein, die Beziehung zwischen Mensch und Meer im gesamtgesellschaftlichen Bewusstsein zu etablieren. Es bietet seinen Besucher/innen in besonderer Weise die Möglichkeit, sich mit der Erfindung und Nutzung maritimer Technologien und ihrer Bedeutung für die Menschen zu beschäftigen. Hierfür erarbeitet das Museum zurzeit ein Programm beginnend von der frühkindlichen Erziehung über die Schulbildung bis hin zur Seniorinnen- und Seniorenweiterbildung, um maritime Themen in Bildungsplänen von Kitas, Schulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen zu verankern. Ergänzend entsteht ein vielfältiges, modernes Programm für auch für andere Gruppen aus der Gesellschaft, z.B. Tourist/innen, Familien, Marineangehörige, Werftarbeiter/innen, Freizeitsegler/innen etc.

Mit der Formulierung eines Bildungs- und Vermittlungskonzeptes zielt das DSM auf drei Punkte ab:

- Stärkung des Alleinstellungsmerkmals innerhalb der deutschen Museumslandschaft;
- Setzen von Maßstäben, an denen das DSM seine eigene Qualität stets prüfen und verbessern kann;
- Schaffung eines differenzierten Angebots, ohne sich in der Heterogenität der Zielgruppen zu verlieren.

Innerhalb des Programmbereiches III – Wissenstransfer angesiedelt, ist die Bildungsarbeit integraler Bestandteil des DSM. Alle Bildungs- und Vermittlungsangebote beziehen sich daher auf die auch für die Forschung und Sammlung geltenden Leitlinien des DSM, wobei einige durch ihre inhaltlichen Bezüge eine besondere Konzeptrelevanz für die Bildungsarbeit haben. Aufgabe der Bildungs- und Vermittlungsarbeit ist es, die Forschungsthemen und -schwerpunkte des DSM sichtbar zu machen.

II Leitlinien

1. Forschungsbezug

Für das Deutsche Schiffahrtsmuseum als Forschungsmuseum der Leibniz-Gemeinschaft steht die Aufgabe des Forschens – neben den anderen klassischen Aufgaben eines Museums: das Sammeln, Bewahren, Ausstellen und Vermitteln¹– besonders im Vordergrund und ist „die zentrale Basis für die Qualität aller anderen Arbeitsbereiche des Forschungsmuseums“². Die objektbezogene Forschung des DSM ist interdisziplinär ausgerichtet und basiert auf internationalem Austausch. Dabei folgt die Forschung im DSM einem erkenntnis- und anwendungsorientierten Ansatz, der auf einen Wissenstransfer in Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Öffentlichkeit abzielt.

Aktuelle Prozesse und Ergebnisse aus seiner schiffahrtshistorischen Forschung transferiert das DSM u.a. durch Publikationen und auf Fachtagungen. Als Integriertes Forschungsmuseum erfolgt sein Transfer aber in erster Linie durch seine Ausstellungen, die in einem bis min. 2020 dauernden Prozess neu gedacht und gestaltet werden und die es den Besucher/innen ermöglichen, aus verschiedenen Perspektiven auf das Thema Schifffahrt zu blicken. Gleichwohl sollen die Ausstellungen nicht statisch, sondern in sich flexibel sein. Die Module sind derart gestaltet, dass sich Objekte und Inhalte verändern lassen. Mit diesem semi-permanenten Ansatz ist das DSM in der Lage, aktuelle Forschungsthemen auszustellen und zur Auseinandersetzung damit anzuregen.

Forschungsbezug in der Vermittlungsarbeit bedeutet in einem Museum auch immer Sammlungsbezug. Indem sich die Auswahl der Forschungsthemen des DSM stets an den materiellen Zeugnissen orientiert, wird die Sammlung von Archivalien und Objekten zu Schifffahrt (auch als kulturelles Gedächtnis der Gesellschaft) zum Fundament seiner Bildungsarbeit. „Dadurch wird ein einzigartiges, aktives, sinnliches, auch emotionales Bildungserlebnis ermöglicht, das gerade durch die Authentizität der Objekte eine Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse sowie eine Art eigenes Beforschen der Ausstellungsobjekte durch die Besucherinnen und Besucher begünstigt.“³ Ein direkter Bezug besteht dort, wo die museale Bildungsarbeit selbst erforscht wird, wenn – wie von der GWK empfohlen – Museumspädagogik, didaktische Präsentationen sowie neue Wege der Wissensvermittlung wissenschaftlich untersucht werden und sich dadurch ein museumsspezifischer Forschungsbereich weiterentwickelt.⁴ Fragen zu Bildungsprozessen im Museum spielen dabei ebenso eine Rolle wie Erhebungen zur Qualität von Bildungsarbeit im Museum.

2. Partizipation

Längst sind die Besucher/innen der passiven, Wissen empfangenden Rolle des Museumsgängers/der Museumsgängerin entwachsen und zu aktiven Beteiligten geworden. Die Gründe liegen zum einen in dem gewandelten Selbstverständnis der Museen, die sich heute vielmehr als Orte des Austausches und des authentischen Erlebens denn als „Wissenstempel“ verstehen. Dementsprechend haben sich ihre Ausstellungskonzeptionen und ihre Kommunikation nach außen verändert. Module, die im Museum zur Aktion oder zum Feedback auffordern, und die Nutzung von Social Media sind nur zwei Beispiele. Darüber hinaus hat sich heute der Anteil der Menschen in Deutschland, die sich bürgerschaftlich engagieren seit 1995, als er noch unter 25% der Bevölkerung lag, bei rund 35 % eingependelt⁵. Museen als kulturelle Orte sind ein elementarer Bereich für freiwilliges Engagement.

Nachdem in den 2000er Jahren Programme wie PUSH und PUR ins Leben gerufen wurden, um die Gesellschaft stärker an Forschung und Wissenschaft heranzuführen, beschäftigt sich die aktuelle Wissenschaftskommunikation mit dem Prinzip der Citizen Science, der Bürgerwissenschaft. Während PUSH und PUR stets aus der Perspektive der Wissenschaft gedacht waren und um Verständnis und Akzeptanz warben, geht Citizen Science darüber hinaus und fordert die Bürger/innen auf, selbst an Forschung teilzuhaben – in unterschiedlicher Intensität und in seiner stärksten Form mit dem Ziel, Wissenschaft „zusammenbestimmt“ zu betreiben.⁶ Für ein Forschungsmuseum lautet die Frage somit nicht mehr:

¹ ICOM Ethische Richtlinien für Museen, 2004

² GWK: „Bund-Länder-Eckpunktepapier zu den Forschungsmuseen der Leibniz-Gemeinschaft“, 2012, S. 4

³ ebd., S. 12

⁴ ebd., S. 6; siehe auch: <http://www.leibniz-historische-authentizitaet.de/start/> (letzter Zugriff 7.2. 2017)

⁵ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): „Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland“, Berlin 2009, S. 34ff

⁶ siehe auch: PUS: Public Understanding of Science < PAS: Public Awareness of Science < PES: Public Engagement in Science < PPS: Public Participation with Science. In: van der Auweraert, Ann: „Das Stufenmodell der Wissenschaftskommunikation“, https://www.zewk.tu-berlin.de/fileadmin/f12/.../39_LKM_6_Auweraert_deutsch.pdf (letzter Zugriff 12.12.2016)

„Was können die Menschen für die Institution (Museum) tun?“ Stattdessen muss gefragt werden: „Was können die Menschen für sich bzw. die Gesellschaft tun, indem sie das Museum nutzen?“

An dieser Stelle setzt das Deutsche Schiffahrtsmuseum an. Bürger/innen bzw. Besucher/innen werden in unterschiedlichen Formen an Forschung beteiligt. Prozesse und Ergebnisse dieser Zusammenarbeit machen das Museum wiederum für alle sichtbar. Das DSM bindet das Erfahrungswissen von Personen mit maritimen Berufserfahrungen stärker in Ausstellungsprojekte ein und lässt den Besucher/innen die Rolle von aktiven Nutzer/innen und Kommentator/innen zukommen. Das DSM soll dabei im Sinne partizipativer Ansätze auch als neuer sozialer Raum etabliert werden, in dem Gegenwartsfragen auf Geschichtszeugnisse stoßen, wie es auch der Wissenschaftsrat für die Umsetzung von Transferstrategien empfiehlt. Das bedeutet vor allem, dass die Museumsmitarbeiter/innen bereit sind, sich in diesem Feld auf Lernprozesse und andere Formen der Wissensproduktion einzulassen. Um möglichst vielen Menschen die Beteiligung an der Arbeit des DSM zu ermöglichen, stehen Angebote zur Verfügung, sich in unterschiedlicher Form und Intensität einzubringen. Das kann zum einen direkt in Auseinandersetzung mit der Ausstellung geschehen, zum anderen in besonderen Projekten und Veranstaltungen. Dabei spielen sowohl die persönliche Betreuung vor Ort als auch der Einsatz von Social Media wichtige Rollen.

Citizen Science ist ein Schritt in die Richtung größerer Partizipation in der Forschung, den die Wissenschaftler/innen bislang wenig erproben. Allerdings werden weiterhin als Forschungskonzepte nur von der Wissenschaft erprobte und anerkannte Methoden verwendet. Kulturelle Bildung kann an dieser Stelle darüber hinausgehen und die Entwicklung der Demokratisierung der Forschung vorantreiben, denn sie lässt auch andere Forschungskonzepte wie z.B. die der ästhetischen Arbeit zu. Künstlerische Prozesse (z.B. Kunst, Theater) bieten die Freiheit, z.B. gesellschaftliche Szenarien zu entwerfen, sie durchzuspielen, zu erproben und schließlich gemeinsam zu reflektieren.

3. Vielfalt/Diversity

Diversity bedeutet Vielfalt und beschreibt Gemeinsamkeiten und Unterschiede wie beispielsweise Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion, Behinderung, sexuelle Identität, Kultur und Bildung⁷. Dies zu berücksichtigen, gilt für eine Forschungseinrichtung nach innen (i.S. von Diversity Management), aber natürlich auch nach außen: Menschen kommen mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen ins Museum und das Museum sollte eine Besuchskultur entwickeln, die dem entspricht. Konkret und beispielhaft sei genannt, dass das DSM seit 2015 bei seinen Ausstellungenkonzeptionen Barrierefreiheit so weit wie möglich umsetzt und besuchsbehindernde Hemmnisse für geistig oder körperlich Beeinträchtigte abbaut bzw. vermeidet. Es gilt die Maßgabe, Vermittlungsprogramme derart zu gestalten, dass jede/r teilnehmen kann und in seiner Individualität wertgeschätzt wird.

Diese Maßgabe hat für das DSM als außerschulischer Bildungsort besondere Relevanz, denn seit 2009 ist die Inklusion fest im Bremer Schulgesetz verankert: Bremische Schulen „sollen im Rahmen ihres Erziehungs- und Bildungsauftrages die Inklusion aller Schülerinnen und Schüler unabhängig von ihrer ethnischen Herkunft, ihrer Staatsbürgerschaft, Religion oder einer Beeinträchtigung in das gesellschaftliche Leben und die schulische Gemeinschaft befördern und Ausgrenzungen einzelner vermeiden.“⁸

Der demographische Wandel unserer Gesellschaft beeinflusst die Bildungsarbeit im Museum. Es bedeutet auf der einen Seite, zielgruppendifferenzierter zu denken als bisher; auf der anderen Seite aber auch, Kultur integrativ und grenzüberschreitend zu gestalten. Das DSM stellt sich die Aufgabe, Diversitäten sensibel wahrzunehmen und mit ihnen umzugehen. Es begreift sich als ein öffentlicher Ort für Austausch und Begegnung.

⁷ siehe: Verbundprojekt „Nachhaltigkeitsmanagement für außeruniversitäre Forschungseinrichtungen (LeNa)“: „fact sheet diversity“, 2016, in: <http://www.nachhaltig-forschen.de/fact-sheets/personal/> (letzter Zugriff: 4.1.2016)

⁸ §3 (4) BremSchulG, in: http://www.bildung.bremen.de/sixcms/media.php/13/neues_bremisches_schulgesetz.pdf (letzter Zugriff: 12.12.2016)

4. Kooperationen

Kooperationen sind im Selbstverständnis des DSM ein fest verankertes Prinzip – nicht nur bezogen auf Forschung und Ausstellungskonzeptionen sondern auch auf den Bereich der Bildung und Vermittlung. Dabei kann es bereits auf verlässliche Partner wie z.B. das Lehrerfortbildungsinstitut Bremerhaven oder die Bürgerstiftung Bremerhaven zurückgreifen. Im Rahmen der im Ausbau befindlichen Forschungs-kooperation mit anderen universitären Einrichtungen werden im DSM regelmäßig Blockseminare mit historischem oder musealem Bezug abgehalten (Universität Bremen, Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg und Hochschule Bremerhaven).

Das DSM strebt an, sein Multiplikatoren-Netzwerk weiter auszubauen, indem es gemeinsame Fortbildungsveranstaltungen mit dem Lehrer-Fortbildungszentrum und dem Landesinstitut für Schule anbietet und mit dem Koordinationsbüro für Kulturelle Bildung (Schulamt Bremerhaven) zusammen arbeitet, um z.B. Partnerschaften mit Schulen zu etablieren.

Mit seiner Lage in den „Havenwelten“ sucht das DSM auch den Kontakt zu seinen in unmittelbarer Nachbarschaft befindlichen Bildungseinrichtungen. Derzeit befindet es sich in Austausch mit dem Deutschen Auswandererhaus, um gemeinsame Angebote zu entwickeln. Mit dem Klimahaus 8° Ost, dem Historischen Museum Bremerhaven, der Hochschule Bremerhaven, dem Zoo am Meer und der Phänomenta kooperiert das DSM seit mehreren Jahren im Rahmen der „Sommerschule Wasser“.

Darüber hinaus will sich das DSM zukünftig weiter und verstärkt an Programmen des BMBF beteiligen, sei es an den Förderlinien zu musealer Forschung oder zur kulturellen Bildung.

III Vermittlung

1. Vermittlungsansatz

Im Museum werden Objekte als Teil der Geschichte in Verbindung mit vertiefenden Informationen neu kontextualisiert; daraus entsteht Wissen. Darüber hinaus schafft das Museum soziale Events durch gemeinsames Erleben. Vor diesem Hintergrund bereitet das DSM fachliche Inhalte zielgruppenspezifisch auf.

Die zentrale Fragestellung des Vermittlungsansatzes richtet sich auf den direkten Bezug zwischen Objekt und Besucher/in. Dabei werden die Themen und Objekte nach ihrer Relevanz, also ihrer Bedeutung für den Menschen und die Gesellschaft befragt. Ausgangspunkt ist der Dialog zwischen Besucher/innen und Objekt, d.h. die Frage, wie das Objekt und das dadurch vermittelte Thema mit der Lebenswirklichkeit des/der Besuchers/in zusammenhängen. In der Auseinandersetzung mit dem Objekt können die Besucher/innen Bezüge zu sich selbst, ihrer Umwelt sowie zu anderen Themen und Objekten entdecken. Vermittlungsformen orientieren sich an diesem Vorhaben, d.h. sie müssen einerseits den Charakter des Objekts „ernst“ nehmen, es zum Sprechen bringen, andererseits zielgruppengerecht auf die Bedürfnisse des/r Betrachters/in eingehen. Wir nähern uns den Objekten mit folgenden Fragen, die in Ausstellungstexten, Medien und durch persönliche Vermittlung dargestellt werden:

Was ist das?

Was hat das mit mir zu tun?

Warum wird es im Museum gezeigt?

Wer hat es wie hergestellt?

Wie hat es funktioniert?

Wer hat es benutzt?

Wie hat es sich verändert?

Welche Bedeutung hat(te) es?

Welchen Beitrag kann es zum Thema Mensch und Meer leisten?

Was bedeutet es für die Forschung?

Wie hat es die Forschung und damit verbundene Fragen verändert?

Wie verändert Forschung mein Leben/meine Wahrnehmung?

2. Besucherorientierung

Dem DSM ist es wichtig, eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich die Besucher/innen im Museum willkommen fühlen. Dies erreichen wir durch eine zielgruppen- und bedürfnisgerechte Ansprache (z.B. für Kinder und Familien). Wir möchten, dass die Besucher/innen

- einen angenehmen, unterhaltsamen und fröhlichen Aufenthalt erleben;
- sich in einer anregenden Lernumgebung bewegen, die Entdecken, Diskutieren und Reflektieren erlaubt und befördert;
- sich in ihren intellektuellen, emotionalen und körperlichen Bedürfnissen unterstützt und respektiert fühlen;
- eine individuelle, empathische Ansprache erleben, das Museum erholt und bereichert verlassen und gerne wieder kommen.

Der Besucher/innen-Service, der aus geschultem Kassen- und Aufsichtspersonal besteht, gestaltet den Rahmen für einen gelungenen Besuch. Dieser zeichnet sich durch einen persönlichen, dienstleistungsorientierten Kontakt der Servicemitarbeiter/innen im Hintergrund (Zentrale, Veranstaltungsmanagement) und vor Ort (Ausstellung, Kasse) aus. Dazu gehören auch niedrigschwellige, bedarfsorientierte Serviceangebote und Regelungen (Eintrittspreise, Besucherordnung, Shop, Café, Restaurantschiff SEUTE DEERN, Merchandising, Öffnungszeiten etc.) sowie eine besucherfreundliche, zielgruppenorientierte und möglichst barrierefreie Gestaltung der Ausstellungen und der Aufenthalts-, Vermittlungs- und Servicebereiche.

Um die Aufenthaltsqualität zu prüfen und zu verbessern, werden seit 2009 im DSM regelmäßig Evaluationen für den Zweck der Besucherprofilanalyse durchgeführt. Die Befragungen finden im Auftrag der Bremerhaven Touristik in den gesamten „Havenwelten“ statt. Dabei wird u.a. der Bekanntheitsgrad und das Bild des Museums oder die Zufriedenheit mit den Ausstellungen eruiert. Zur Qualitätskontrolle sollen auch die Bildungsangebote zukünftig einer ständigen Evaluierung unterliegen. In diesem Zusammenhang sollen stetig Schulungen für das jeweilig beteiligte pädagogische Personal durchgeführt werden. Auch das Text- und Medienangebot ist in der zukünftigen Ausstellung kontinuierlich zu evaluieren und mit neuesten Forschungsergebnissen und technischen Entwicklungen in Übereinstimmung zu bringen.

3. Zielgruppen

Die Zielgruppen des DSM sind sehr heterogen und gehören der Öffentlichkeit, der Wissenschaft und der Politik an. Zu den Besucher/innen gehören sowohl schifffahrtsaffine Bevölkerungsteile, so genannte Ship-Lover, Fördervereinsmitglieder als auch wissenschaftliche und akademische Fachleute sowie Familien. Familiäre Kleingruppen, Schüler/innen unterschiedlicher Jahrgänge und Schulformen sowie Mitglieder von (Fach-) Hochschulen zählen zu den primären Zielgruppen, die als Wiederholungsbesucher/innen gewonnen werden sollen. Als Forschungsmuseum der Leibniz-Gemeinschaft strebt das Deutsche Schiffahrtsmuseum zudem an, als Forschungs- und Lehrplattform im universitären und Fachhochschulsektor wahrgenommen und genutzt zu werden. Im Sinne des „Lebenslangen Lernens“ will das Museum zudem ein Profil im Rahmen der Erwachsenen- und Seniorenbildung aufbauen sowie sein Angebot in frühkindlicher Bildung und Erziehung erweitern (Kita-Kinder als „Forscher/innen“). Gleichzeitig werden die Interessen der nationalen und internationalen Touristen/innen, denen ein anregender und einmaliger Ausstellungsbesuch geboten wird, befriedigt.

Um dem Trend sinkender Besucher/innen-Zahlen entgegenzuwirken, ist es unter anderem sinnvoll, die Bindung an die Menschen in der Region Bremerhaven zu verstärken. Rund ein Viertel aller Arbeitnehmer/innen der Seestadt geht einem Beruf im Bereich der maritimen Wirtschaft oder einem verwandten Bereich nach. Für das Umland können ähnliche Werte angenommen werden. Diese Zielgruppe sollte daher noch stärker in den Blick genommen werden. Das DSM tut dies, indem es die Position des Hauses als eine zentrale Diskussionsplattform für die maritim-affine Bevölkerung weiter ausbaut. Es greift im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit und seinen Veranstaltungen Forschungsthemen mit Aktualitätsbezug auf, beispielsweise Klimawandel, Ressourcennutzung, Stadtplanung, Meeresforschung, Küstenschutz und Schiffbau. Ein besonderes Augenmerk soll darauf gelegt werden, Besucher/innen unter den Gruppen zu generieren, die aufgrund ihrer persönlichen Lebenssituation noch nie im Museum waren.

VI Praxis

Das wichtigste Instrument, das im Museum der Vermittlung dient, ist die Ausstellung mit den originalen Objekten, ergänzt durch erläuternde Medien wie Texte, Film- und Hörbeiträge, Experimente und Hands-On-Stationen. So wird den Besucher/innen ein vertiefter und thematisch fokussierter Einblick geboten. Die große Anzahl von fünf begehbaren Museumsschiffen bietet darüber hinaus ein ganzheitliches Erleben mit vielfältigen Assoziationsmöglichkeiten zur maritimen Lebenswelt. Aufgrund finanzieller und personeller Ressourcen hat das Museum bisher erst in einer Ausstellungseinheit die Möglichkeit genutzt, diese durch virtuelle Präsentationen zu ergänzen und zu erweitern. Im Rahmen der Digitalisierungsstrategie sollen künftig die Potenziale virtueller Ausstellungen genutzt werden. Diese sollen insbesondere die Möglichkeit eröffnen, einen virtuellen Blick in die Sammlungsbestände „hinter den Kulissen“ zu werfen sowie einen Blick in kooperierende Sammlungen, etwa aus dem Kreis der Leibniz-Forschungsmuseen oder auch kooperierender Forschungsinstitutionen und -projekte, wie zum Beispiel das Geschehen auf einem vom Alfred-Wegener-Institut betriebenen Forschungsschiff kennen zu lernen.

1. Bildungsangebote

Die personelle Vermittlung hat im DSM eine große Bedeutung. Das Portfolio der Angebote für Individualbesucher/innen umfasst aktuell:

- allgemeine und thematische Führungen
- Führungen in Deutsch, Englisch, Französisch
- Führungen zu Sonderausstellungen
- Vorführungen (Maschinen und Objekte werden täglich in Betrieb genommen und erklärt)
- Konversationsveranstaltungen in der Ausstellung in Kooperation mit der VHS Bremerhaven
- Beteiligung an der „Science Lounge“ der Hochschule Bremerhaven
- Kindergeburtstage
- Girls' Day (Zukunftstag)
- Sommerschule Wasser

In Vorbereitung befinden sich folgende Angebote:

- Führungen in Türkisch
- Führungen für Blinde und Sehbehinderte (Erwachsene und Kinder)
- Ferienkurse
- Bildungsurlaube für Erwachsene

Für Schulen und Kitas entwickelt das DSM derzeit ein „fest buchbares“ museumspädagogisches Programm. Entsprechend einer altersgerechten Ansprache sind diese Angebote mit unterschiedlichen medialen Vermittlungsformen zu koppeln. Ein weiteres Ziel ist die Entwicklung von Handreichungen für Lehrer/innen. Mit Eröffnung der Kogge-Halle sind folgende Angebote geplant:

- Miniführung mit stark erzählendem und ausprobierendem Charakter für Kita-Kinder
- Führungen für Schulklassen nach Altersstufen gestaffelt, z.B.
 - Interaktive Führungen für Grundschulen
 - Dialogische Führungen für Mittelstufen
 - Dialogische Führungen zu Themen, die zur Diskussion anregen, für Oberstufen
- Rundgänge für „Willkommensklassen“ (Klassen für geflüchtete Kinder und Jugendliche)
- Museumskisten zu maritimen Themen zum Verleih an Schulen
- zeitlich befristete Bildungsprojekte, finanziert durch Förderprogramme

Vermittlung und Besucher/innen-Service arbeiten dabei eng zusammen und gehen auf den/die individuelle/n Besucher/in oder die individuelle Gruppe ein. Die Mitarbeiter/innen werden regelmäßig am „Miniport“, auf der „Schiffsbrücke“ und auf den Museumsschiffen eingesetzt. Sie erläutern die Exponate, animieren die Besucher/innen etwas selbst auszuprobieren oder machen sie auf Details aufmerksam. In Sonntagsführungen gibt es zudem die Möglichkeit, sich mit den DSM Mitarbeiter/innen intensiv über einzelne Objekte auszutauschen. Im Sinne eines engen Aufeinanderabstimmens von Forschungs- und Museumsarbeit sollen verstärkt Forscher/innen in einen Dialog mit den Besucher/innen treten, wie es bereits bei dem Veranstaltungsformat „Schätze aus unserer Sammlung“ erfolgt. Die Kindergeburtstage werden im persönlichen Gespräch mit den Eltern vorbesprochen. Der Vermittlungsgedanke steht hier nicht im Vordergrund, sondern das angenehme Erlebnis der Kinder und Erziehungsberechtigten im DSM, die darüber als „Wiederholungsbesucher/innen“ gewonnen werden sollen.

Neben der personellen Vermittlung spielen auch die vom DSM bereitgestellten didaktischen Materialien eine große Rolle in der Bildungsarbeit. Außer einem Rallye-Heft, das seit Winter 2016 Familien durch die Ausstellungen leitet, sollen mittelfristig auch auf verschiedene Schultypen und -jahrgänge abgestimmte Medien entstehen, z.B. Arbeitsbögen für Schüler/innen und Handreichungen für Lehrer/innen.

2. Veranstaltungen

Alle Veranstaltungen leiten sich inhaltlich aus den (Forschungs- und Ausstellungs-)Themen des DSM ab; damit erhält das Programm einen eigenen Charakter. Um eine Wiedererkennbarkeit zu erreichen, gibt es Veranstaltungsreihen mit eigenen Formaten:

- wissenschaftliche Abendvorträge
- Fachführungen u.a. durch Wissenschaftler/innen des DSM
- Workshops
- Theater- oder Musikaufführungen im Museum, Theater oder im öffentlichen Raum
- „Geschichtswerkstätten“ (z.B. „Die Kogge & ich“)

Darüber hinaus finden regelmäßig Sonderveranstaltungen statt: Neben dem Tag des Offenen Denkmals, dem Internationalen Museumstag und der Langen Nacht der Kultur in Bremerhaven, organisiert das DSM zukünftig Aktionstage, deren Themen sich entweder aus der Ausstellung, einem Forschungsprojekt oder bestimmten Objektgruppen (oder Einzelobjekten) ableiten lassen (z.B. der Kogge-Tag für Familien) oder die sich am Thema des jeweiligen Wissenschaftsjahres orientieren.

Literatur

Ackermann, Felix / Boroffka, Anna / Lersch, Gregor H.: „Partizipative Erinnerungsräume“, Bielefeld, 2013

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): „Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland“, Berlin 2009

GWK: „Bund-Länder-Eckpunktepapier zu den Forschungsmuseen der Leibniz-Gemeinschaft“, 2012

van der Auweraert, Ann: „Das Stufenmodell der Wissenschaftskommunikation“, in: https://www.zewk.tu-berlin.de/fileadmin/f12/.../39_LKM_6_Auweraert_deutsch.pdf (letzter Zugriff 12.12.2016)

Verbundprojekt „Nachhaltigkeitsmanagement für außeruniversitäre Forschungseinrichtungen (LeNa)“: „fact sheet diversity“, 2016, in: <http://www.nachhaltig-forschen.de/fact-sheets/personal/> (letzter Zugriff: 4.1.2016)

Wissenschaftsrat: „Wissens- und Technologietransfer als Gegenstand institutioneller Strategien – Positionspapier“, 2016

Transferkonzept DSM

Kennzeichnung / Impressum

Erstellung 11.07.2015: Marleen von Barga, Prof. Dr. Sunhild Kleingärtner, Elke Kreowski, Gero Klemke, Prof. Dr. Ruth Schilling, Dr. Ursula Warnke, Marie Wolfgang
Beschlussfassung Museumsrat 21. September 2015

Überarbeitung 9.2.2017: Prof. Dr. Sunhild Kleingärtner, Elke Kreowski, Birte Stüve, Dr. Ursula Warnke
Beschlussfassung Museumsrat 9.2.2017