



Stefanie Kasper, Geschäftsführerin kklick



Schüler im Typoama

© Bilder: Ueli Steingruber bzw. Typorama

Frauenfeld, im Juni 2023

Museen machen Schule – Und welche Rolle kklick dabei spielen kann

Liebes Vereinsmitglied

Der Wunsch nach mehr Schulklassen im Museum wird von Museumsschaffenden immer wieder prioritär genannt: Es wäre doch toll, wenn man seine Sammlung dem jungen Publikum näherbringen, wenn man bereits die Kleinen für den Gang ins Museum begeistern und auch noch die Teenies dafür motivieren könnte. Doch was ist nötig, damit aus einem frommen Wunsch ein Angebot wird, das seine Zielgruppe erreicht? Diese und andere Fragen habe ich **Stefanie Kasper** von [kklick](#), der Vermittlungsplattform für schulische Angebote in der Ostschweiz, und ergänzend dazu **Martina Keller** vom Kulturamt gestellt. Das Resultat? Es sind drei Schritte nötig, die eine Institution gehen muss, um erfolgreich zu sein.

Frau Kasper, wer sind Sie, und was machen Sie?

Stefanie Kasper: Ich bin Geschäftsführerin von kklick Thurgau, und als solche bin ich für die Onlineplattform der Thurgauer Sektion zuständig. Ich betreue einerseits Kulturarbeitende, die ihre Angebote auf kklick ausschreiben wollen, und andererseits unsere Kulturverantwortlichen an Schulen, die diese Angebote bekanntmachen.

Was ist kklick?

kklick ist eine Initiative der Kantone Thurgau, Appenzell Ausserrhoden, St. Gallen und Glarus. Jeder Kanton hat eine Geschäftsstelle, die von den kantonalen Kulturämtern finanziert wird.

Mit welchem Ziel?

Es ist unser Ziel, kulturelle Angebote an die Schulen zu vermitteln und den Besuch von ausserschulischen Lernorten wie Museen, Theater, Kino und anderen zu fördern. Dazu haben wir zwei Standbeine: Das eine ist, wie gesagt, unsere Website als Plattform, welche die Angebote bewirbt. Das zweite sind Kulturverantwortliche, also Lehrerinnen und Lehrer, die sich an ihren Schulen für kulturelle Bildung stark machen. Sie kennen die Angebote der Institutionen, wissen über die Finanzierungsmöglichkeiten Bescheid und können den Lehrpersonen ganz generell Auskunft geben.

Angelpunkt: Lehrplan

Von jeweils ca. 130 bis 150 Angeboten, die jährlich auf der Thurgauer Unterseite von klick ausgeschrieben sind, kommen aktuell fast 60 von Museen. Allerdings stammen die meisten aus den kantonalen Häusern. Ausnahmen sind: das Bodenseeplanetarium mit zwei Angeboten, das Museum Rosenegg (4), das Seemuseum (6), das Schulmuseum (2) und das Typorama mit einem Angebot. Mit dem Kunstraum Kreuzlingen, dem Museum kunst + wissen und dem Shed Frauenfeld sind weitere Ausstellungshäuser auf klick präsent, die aber zurzeit keine Angebote für Schulen ausgeschrieben haben. Insgesamt nutzen also 14 Institutionen aus dem Kreis unserer Aktivmitglieder das Angebot von klick, während die grosse Mehrheit von 56 darauf verzichtet. Das muss nicht heissen, dass diese Häuser keine Vermittlungsangebote für Schulklassen anbieten, doch sie lassen einen werbewirksamen Kommunikationskanal ungenutzt. Ein Grund dafür dürfte sein, dass klick bei den Museen zu wenig bekannt ist. Auch ins Gewicht fallen könnte allerdings die Tatsache, dass klick gewisse Anforderungen an ein Angebot stellt, damit es publiziert wird.

Was sind die Anforderungen, damit ein Angebot auf klick publiziert werden kann?

Es gibt Mindestanforderungen, die unter den Richtlinien für [Kulturvermittlungsangebote](#) auf der Website von klick aufgeführt sind. So sollen Angebote stufen- und zielgruppenorientiert aufbereitet sein. Da sich die Angebote auf klick spezifisch an Schulen richten, müssen sie während der Unterrichtszeit stattfinden, also nicht am Mittwochnachmittag, am Wochenende oder in den Schulferien. Zudem sollen sie professionell sein. Damit ist gemeint, dass sie von einer Fachperson durchgeführt werden, also von jemandem mit fundiertem Sachwissen und Erfahrung. Hilfreich ist auch, wenn diese Person einen pädagogischen Hintergrund oder einfach einen guten Draht zu Kindern und Jugendlichen hat. Auch eine stufengerechte Sprache ist wichtig.

Das Angebot sollte also schul- und lehrplantauglich sein?

Einerseits, ja. Aber gleichzeitig geht es ja auch um ein Erlebnis, das die Schule nicht bieten kann: das Museum als ausserschulischen Lernort. Der Museumsbesuch kann zu einem Erlebnis werden, das sich in den Gedanken der Kinder verankert. Insbesondere wenn es gelingt, einen Identifikationsmoment zu schaffen, bei dem ein Schüler, eine Schülerin an bereits Bekanntem anknüpfen kann.

Und wie steht es mit der Verankerung im Lehrplan?

Bei jedem Angebot, das auf klick publiziert wird, sind bei den Detailinformationen konkrete Bezüge zum Lehrplan angegeben. Wenn ein Museum ein Angebot auf klick publizieren möchte, lohnt sich sicher ein Blick in den [Lehrplan 21](#). Museen haben bestimmt keine Schwierigkeiten, spannende Bezüge herzustellen, ob in den Bereichen Natur, Mensch, Gesellschaft (NMG), Bildnerisches Gestalten, Räume, Zeiten, Gesellschaften (RZG, ab 3. Zyklus) und so weiter. Wenn Museen oder andere Kulturanbieter auf klick ein Angebot ausschreiben, können sie die passenden Lehrplanbezüge aus einer Liste anwählen und so mit ihrer Ausschreibung verknüpfen.

Was sind die Grundvoraussetzungen?

Schulische Kulturvermittlung soll als ein ernsthaftes Anliegen erkannt werden. Das heisst, es soll sich nicht um eine Alibiübung handeln im Sinne von: Wir sollten auch mal etwas für Schulen machen. Man muss ein Angebot machen *wollen*. Und man muss klären, ob man den zusätzlichen zeitlichen Aufwand leisten kann. Deshalb ist es wichtig, sich zuerst einmal über die eigenen Ressourcen und die Voraussetzungen innerhalb der Institution Gedanken zu machen.

Eigene Voraussetzungen, Stärken und Grenzen erkennen

Grundvoraussetzung für die Erarbeitung eines Angebots für Schulklassen ist also das Bewusstsein der eigenen Voraussetzungen, Kapazitäten und vor allem auch Stärken. Es stellen sich Fragen wie: Was kann ich zeigen? Welche Räume stehen mir zur Verfügung? Kann ich den Aussenraum einbeziehen? Kann man etwas in die Hand nehmen oder sogar ausprobieren? Und ganz wichtig: Gibt es eine Person, die sich in der Vermittlung stark machen möchte? Es sind Fragen, die zu stellen es sich nicht nur im Zusammenhang mit Schulklassen lohnt. Denn sie werden auch zu jenen nach dem USP (Unique Selling Point), wie es im Marketing-Jargon heisst, führen. Also zu: Was macht *unser Museum* speziell, inwiefern unterscheidet es sich von anderen? Und daraus folgend: Was macht *unser Angebot für Schulen* speziell, inwiefern unterscheidet es sich von anderen?

Wer sich bei der Erarbeitung eines Programms unsicher fühlt, kann ein Mentoring beanspruchen, das mit einem Beitrag von 5000 Franken vom Kulturamt unterstützt wird. Dabei hat das Museum die Möglichkeit, selbst eine Mentorin vorzuschlagen oder sich durch einen vom Kulturamt vermittelten Mentor beraten lassen. – Und wie hat man sich ein Mentoring vorzustellen? Dazu sagt Martina Keller vom Kulturamt: «Wichtig ist, dass die beratende Person pädagogisch und stufengerecht beraten kann. Das Mentoring selbst ist sehr offen gestaltet. Es kann sich um einen gegenseitigen Austausch von Museumsschaffenden mit einer Fachperson über einen gewissen Zeitraum oder um einen einmaligen Workshop handeln, mit dem Ziel das Profil für ein schulisches Angebot zu schärfen.» Wer ein Mentoring beanspruchen möchte, kann sich direkt ans das [Kulturamt](#) oder an [Stefanie Kasper](#) von klick wenden.

Wie gelangt ein Angebot nun zu den Schulklassen?

Stefanie Kasper: Da gibt es den Weg über unsere Website. Hier hat man die Möglichkeit, sich als [Kulturanbieterin](#) zu registrieren. Man kann aber auch einfach mit mir oder mit Martina Keller vom Kulturamt ein Angebot besprechen.

Welche weiteren Möglichkeiten gibt es für Museen?

Neue Angebote bewerben wir gerne auch in unserer Printbroschüre, die zweimal jährlich erscheint und an Schulen und Interessierte verschickt wird. Zudem haben wir einen Newsletter, der achtmal im Jahr an Lehrpersonen und an Kulturverantwortliche in den Schulen geht. Ganz wichtig sind auch unsere Netzwerktreffen, die zweimal jährlich stattfinden.

Mit welchem Ziel?

Hier sollen sich Lehrpersonen und Kulturverantwortliche von Schulen persönlich mit Kulturschaffenden aus Museen austauschen können. Sie haben die Möglichkeit, ihre Institution vorzustellen und sich direkt mit Lehrpersonen zu vernetzen.

Gibt es weitere Angebote, die für Museen als Kulturanbieter interessant sein könnten?

Speziell für Anbietende haben wir noch einen Newsletter, der dreimal pro Jahr erscheint. Darin geben wir spezielle Inputs für diese Interessengruppe und machen auf Weiterbildungen aufmerksam, wie zum Beispiel das kantonsübergreifende Austauschtreffen von klick, das im letzten Januar zum Thema Lehrplan 21 stattfand.

Haben Sie einen Tipp für Personen, die ein schultaugliches Angebot erarbeiten wollen?

Es lohnt sich, einfach mal klein anzufangen. Es braucht sicher Geduld, bis sich ein Angebot etabliert. Zudem ist auch der persönliche Kontakt zu Schulen vor Ort ein Vorteil. Man kann zum Beispiel Kontakte knüpfen, indem man Lehrpersonen direkt ins Museum einlädt. Und schliesslich ist es wichtig, einfach mal auszuprobieren. Wir stehen gerne als Partner zur Verfügung, wenn es ums Entwickeln und Propagieren geht.

In drei Schritten zum Angebot für Schulklassen

Wer sich angesprochen fühlt und aktiv werden möchte, hat die Unterstützung für die nächsten Schritte also zugesichert. Diese sind: 1. Sich der Voraussetzungen im eigenen Museum bewusstwerden, vorhandene Stärken und Grenzen evaluieren. 2. Mit oder ohne Mentoring ein Angebot erarbeiten. 3. Schulklassen als Publikum gewinnen, sei es durch persönlichen Kontakt zur Schule vor Ort oder über klick.

Das Schlusswort möchte ich Martina Keller vom Kulturrat geben. Nach einem persönlichen Tipp für Interessierte gefragt, antwortet sie: «Oft sind es gerade die unkonventionellen Dinge, die gut funktionieren. Es wäre deshalb toll, wenn sich alle Museen überlegen könnten: Was haben wir anzubieten? Was macht uns speziell? Es kann sein, dass der Blick von aussen, durch eine Drittperson, dabei hilft, diese Fragen zu beantworten und ein Angebot für Schulen zu entwickeln. Wir helfen gern, man muss einfach den ersten Schritt wagen.»

In diesem Sinne wünsche ich all jenen Museumsschaffenden, die sich mehr Schule im Museum wünschen, viel Elan! Sei es beim Entwickeln eines Angebots für Schulklassen, sei es beim Publizieren eines bestehenden Angebots auf klick.

Mit herzlichem Gruss



Sibylle Zambon, Geschäftsführerin

Weiterführende Links:

- [Website von klick](#)
- [Mentoring-Angebot](#) des Kulturrats

Weiterführende Literatur und Inspiration:

- Baumann, Matthias: Mit der Schule im Museum. [ICOM-Zertifikatsarbeit](#), 2014