

Generationen im Museum, Fachtagung vom 15.
September 2014

François Höpflinger

**GiM – Beitrag zum intergenerationellen
Austausch oder sozial-romantische
Illusion?**

www.hoepflinger.com

Drei Vorbemerkungen

- 1) Auch soziale und romantische Dimensionen gehören zum Leben und zu intergenerationellen Austausch-beziehungen.
- 2) Ob Generationenprojekte zum intergenerationellen Austausch beitragen, wird durch Form und Begleitung der Projekte bestimmt.
- 3) Generationenprojekte sollten keine Strategie sein, um Generationenunterschiede aufzuheben, sondern das Ziel sollte sein, aus den Generationenunterschieden eine positive Kraft zu gewinnen. Konzepte des Diversity-Managements sind zentral (und Inter-generationenprojekte sind analog zu Interkulturellen Projekten zu gestalten).

Themenfelder von Generationenprojekten

Dimension	Beispiele
Bildung, Erziehung und Sozialisation	Von und miteinander Lernen; kultureller Austausch zwischen „oral history“, Kulturvermittlung, neue Sicht auf Kultur
Unterstützung, Zuwendung und Pflege	Hilfe für alleinstehende, ältere Menschen; Entlastung für pflegende Familienangehörigen
Unternehmen, Arbeitswelt, Freizeit	Mentoring von Berufseinsteigern durch ältere Mitarbeitende; Innovationsvermittlung von jüngeren an ältere Mitarbeitende
Wohnen, öffentlicher Raum und Verkehr	Intergenerationelles Wohnen; Planung, Gestaltung und Nutzung von öffentlichem Raum

Zur Vorbereitung von intergenerationellen Projekten in Museen

Beobachten, wie ältere und jüngere Besucher/innen eine spezifische Ausstellung wahrnehmen/erleben oder konzipieren möchten.

Eventuell gezielte Fokus-Gruppen-Besuche durch junge und ältere Personen. Herausarbeiten der Unterschiede im Interesse, im Zugang je nach Generationen- zugehörigkeit.

Ansätzen

- - ältere Menschen vermitteln jüngeren Menschen zusätzliche Informationen/Erfahrungen, z.B. Zeitzeugen-Programme als Ergänzung zu Ausstellung
- - ältere Freiwillige betreuen und begleiten Kinder in der Zeit, in der junge Eltern (Mütter, Väter) eine Ausstellung besuchen (z.B. Zeichnen/Basteln mit Kindern)
- - junge Menschen erklären älteren Menschen neue Formen der Visualisierung, neue Denkweisen, Interpretationen usw.
- - intergenerationelle Besuche einer schon bestehenden Ausstellung (gemeinsames Betrachten und intergenerationeller Austausch)
- - intergenerationeller Aufbau einer Ausstellung (junge und ältere Personen sind gemeinsam bei der Konzeptualisierung, Gestaltung einer Ausstellung/ eines Begleitprogrammes engagiert (ev. in dem Sinne, dass jede Generationen einen ‚Raum‘ gestaltet oder wichtige Aspekte gemeinsam gestaltet)

Intergenerationelle Beziehungen - unterschiedliche Lebensperspektiven von Jung und Alt

Alt zu Jung - Blick von oben:

Junge Menschen - Zukunft der Familie/der Gesellschaft

Kindheit/Jugend war völlig anders als heute

Eigene Lebenserfahrungen für Junge oft ‚irrelevant‘

Lernen von Jungen, um das Heute zu verstehen

Jung zu Alt - Blick von unten:

Alte Menschen sind Teil der Vergangenheit/Tradition

(oft: interessant, aber nicht relevant)

Alte Menschen sind ‚Schatten der eigenen

Zukunft‘ (daraus können ‚Altersprojektionen‘ entstehen.)

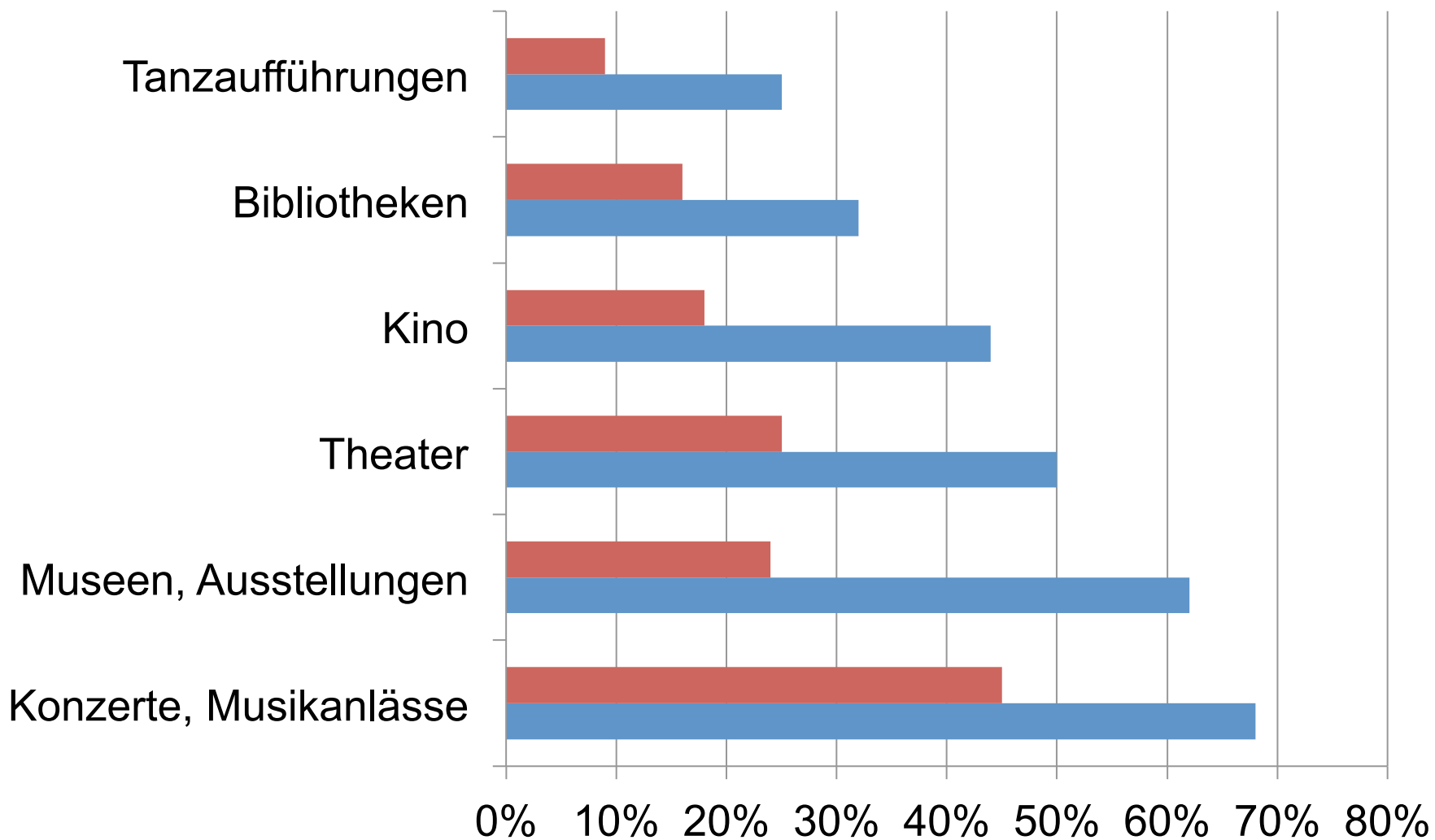
Zu beachten beim Einbezug und Rekrutierung unterschiedlicher Generationen für GiM:

A) bezüglich älterer Generationen

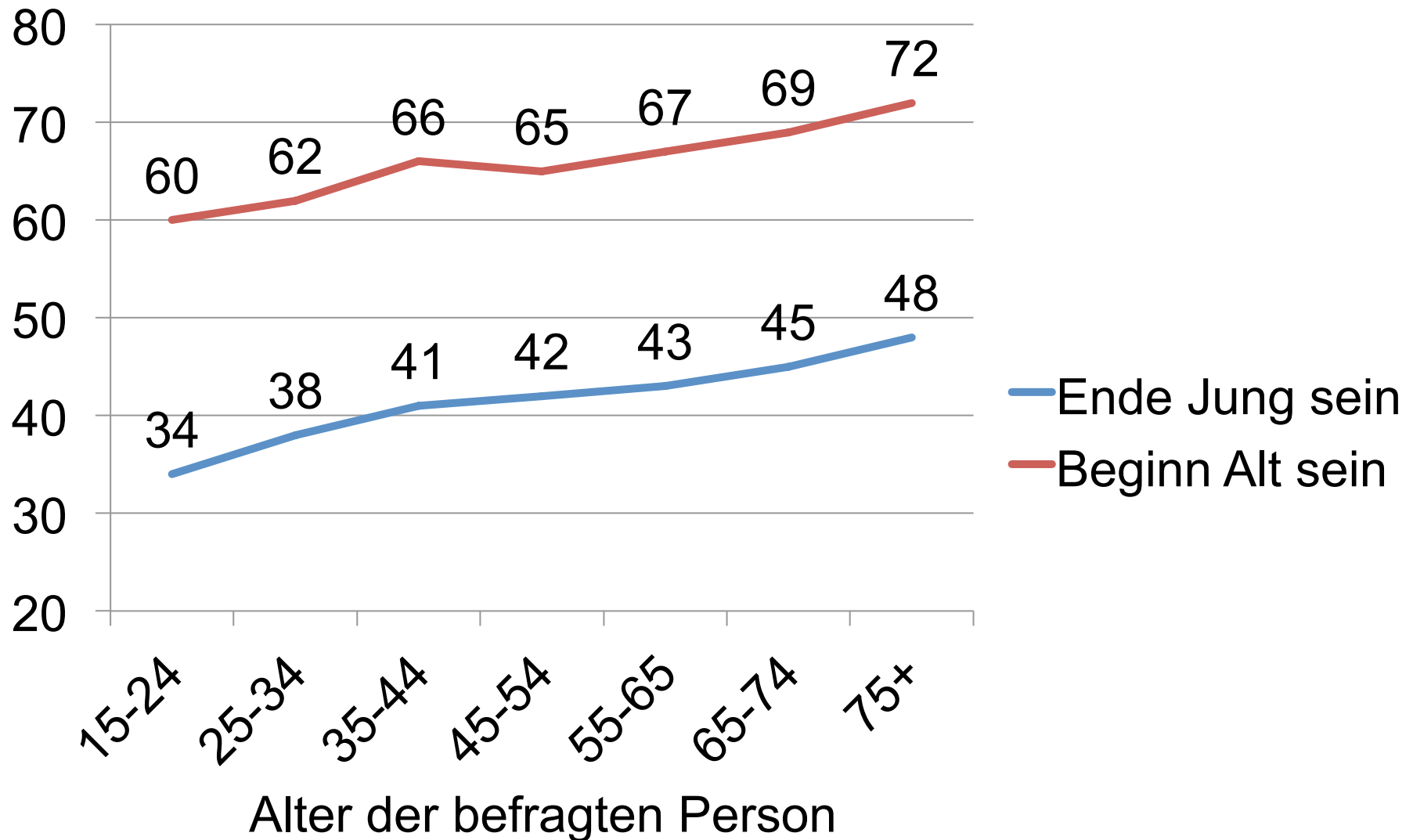
- Ältere Personen sind oft stärker an Generationenprojekten interessiert als jüngere Menschen.
- Ältere Museumsbesucher sind oft Personen höherer Sozialschicht, was zu folgenden Verhaltensaspekten führen kann:
 - - Statushohe Personen haben die Tendenz ihre Erfahrungs-wissen und dessen Nutzen für junge Menschen zu überschätzen (teilweise paternalistische Einstellungen)
 - - Statushohe ältere Personen fühlen sich subjektiv jünger als sie chronologisch sind und haben teilweise die Tendenz, Alters- und Generationenunterschiede zu verwischen/zu durchbrechen.

Kulturverhalten nach der Pensionierung nach Sozialtypus (2008)

■ Typ II: Mittel- und Unterschicht ■ Typ I: Obere Sozialschicht



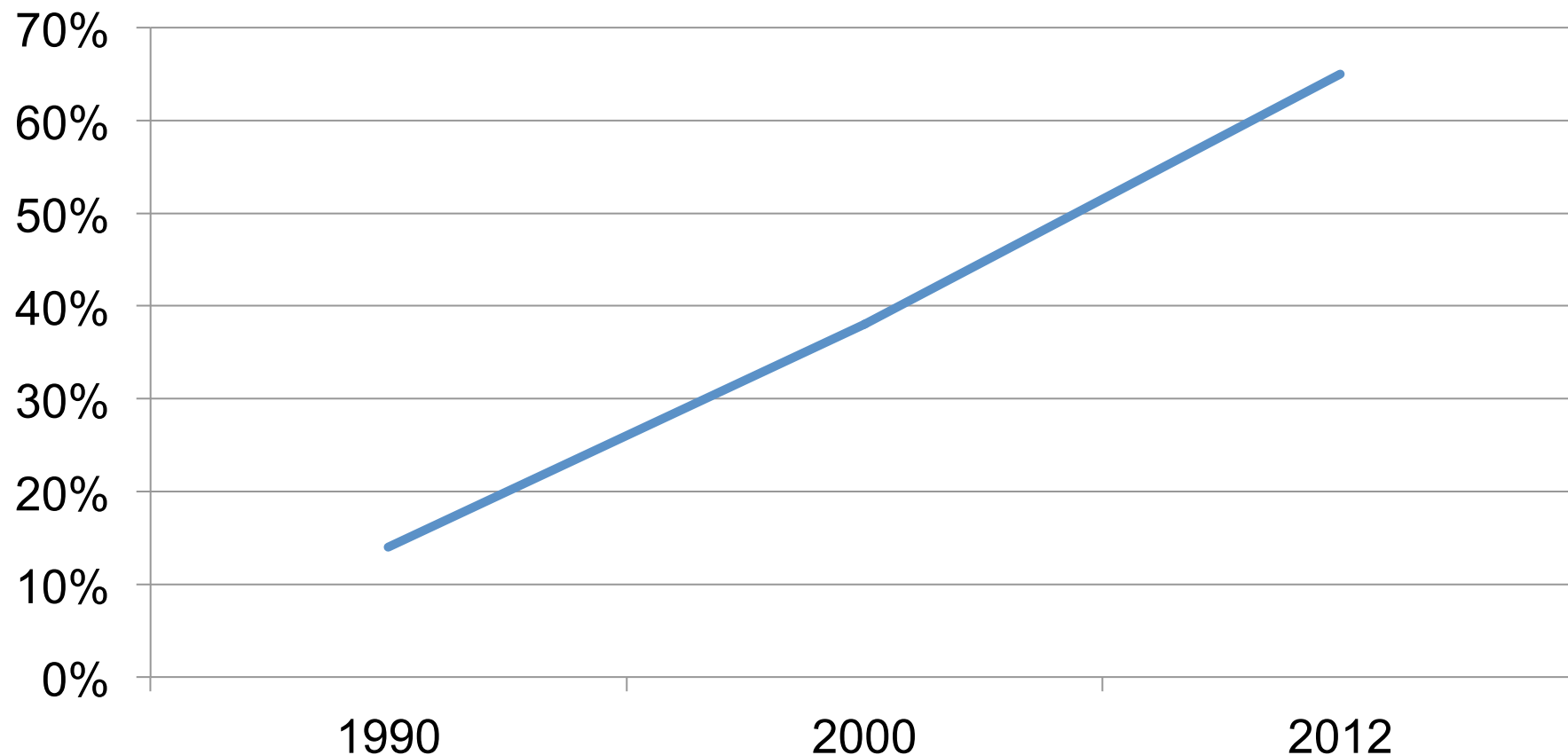
Einschätzung: Ende Jung sein und Beginn Alt sein, nach Alter der befragten Person: Schweiz 2008/09



Anteil an 55-74-Jährigen in der Schweiz, die sich als innovationsorientiert einstufen

(Quelle: Dichter-Studie, European Social Surveys)

Anteil an Personen, die es für sich persönlich wichtig finden, neue Ideen zu haben, kreativ zu sein



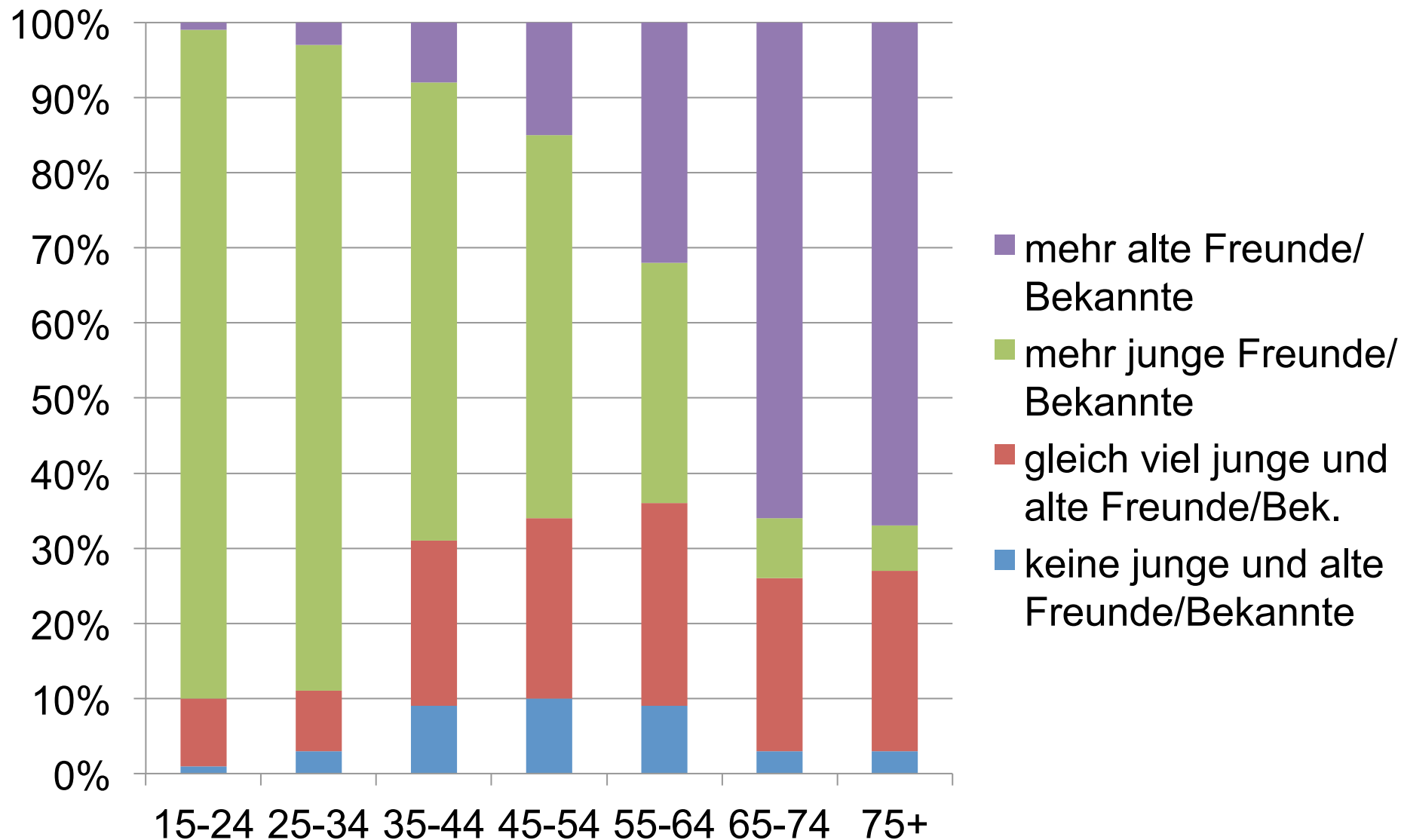
Zu beachten beim Einbezug und Rekrutierung unterschiedlicher Generationen für GiM:

B) bezüglich jüngerer Generationen

Kinder, Teenager und Jugendliche für Projekte am ehesten zu gewinnen, wenn sie ‚peer-group‘ integriert sind, d.h. wenn sie nicht als isolierte Einzelpersonen, sondern als Teil einer Gleichaltrigen-Gruppe einbezogen werden.

Am besten funktionieren Projekte, die im Rahmen einer Schule, Berufsausbildung oder zusammen mit bestehenden Jugendgruppen durchgeführt werden.

Ausserfamiliale Generationenbeziehungen: Verhältnis von jungen und alten Freunden/Bekanntem nach Alter: Schweiz 2008/09



Einige allgemeine Regeln bei länger angelegten generationenübergreifenden Projekten

- Mitbestimmung aller beteiligten Generationen (von Beginn an, inkl. gleiche Redezeit aller Generationen)
- Akzeptanz und Thematisierung der Alters- und Generationendifferenzen (Generationenprojekte sind keine Strategie zur sozialen Verjüngung)
- Wechselseitiges Generationenlernen (alt zu jung, aber auch von jung zu alt) ist gezielt zu organisieren.
- Relativierung von Erfahrungswissen (und ältere Personen müssen ihre Erfahrungen reflexiv verarbeitet haben).
- Ältere Menschen: Zurückhaltendes Einbringen der eigenen Erfahrungen (Optimal: Engagement

Zur Wirkung von Generationenprojekten

- Effekte sind stärker, wenn sie lokal/nachbarschaftlich orientiert sind, weil damit spätere Zufallskontakte eher auftreten
- Effekte sind stärker, zumindest für ausgewählte Gruppen, wenn sie in eine aktive kulturelle Tätigkeit münden (z.B. Mentorensysteme, gemeinsames Singen, Malen, Tanzen usw.)
- Generationenvorhaben sind zeitlich immer begrenzt, weil sich innerhalb kurzer Zeit neue Alters- und Generationenunterschiede zeigen (Junge Menschen: alle 5 Jahre neue Kohorten, aber auch nach 3 Jahren neue Interessen.