vade me cum

Begleitheft für Generationenprojekte im Museum, verfasst von der Projektwerkstatt

work in progress

Generationen im Museum

Eine Initiative des
Migros-Kulturprozent
zur Förderung von
Generationenprojekten
in Museen.

Inhalt

1 Vorwort
3 Einleitung
4 Erfahrungen der Autorinnen
6 Projektidee
8 Museum
10 Partner
14 Konzept
16 Ressourcen
20 Gäste
22 Medien
24 Unsetzung
28 Etablierung
30 Dokumentation
32 Evaluation
36 Gemeinsam sichtbar
40 Autorinnen
41 Redaktion
42 Literatur und Links
43 Netzwerk
44 Impressum

Vorwort

Ein Deutschlernender und die Museumsfreundin, die Studentin mit ihrer Nachbarin, zwei Sitznachbarn aus dem Chor: Sie sind ins Museum eingeladen, dem Ort oder einander noch etwas fremd vielleicht, aber gespannt auf das, was kommt. Nun sind sie da und kommen in Austausch über eine gemeinsame Aufgabe. Das Museum ist der Begegnungsort. Die Gastgeber, welche ins Museum eingeladen haben, sind gefordert, eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich alle willkommen fühlen. Die Situation ist ungewohnt, niemand weiss, ob der Austausch gelingen wird.

Woran wir glauben: Der Dialog steht für eine gute gemeinsame Zeit mit Begegnungen auf Augenhöhe und baut Vorbehalte gegenüber dem noch Unbekannten ab, sei es gegenüber den Menschen aus anderen Generationen oder dem Museum. Gewonnen wird insgesamt Neuland, neue Sichtweisen und gar Freundschaften entstehen – über Generationen hinweg.

Diese Vision treibt «GiM – Generationen im Museum», eine Initiative des Migros-Kulturprozent, an. Museumsvermittlerinnen aus zehn unterschiedlichen Museen haben an der ersten Projektwerkstatt 2015 von «GiM – Generationen im Museum» teilgenommen. Aus der Diskussion zu den eigenen Projekten entstand die Idee, die Erfahrung zusammenzufassen. Im vorliegenden Heft ist das Besondere von Generationen-Begegnungen im Museum herausgearbeitet. Wir wollen damit Museen und Interessierte aus allen Bereichen zu eigenen Projekten inspirieren, die verschiedene Generationen ansprechen und involvieren.

Raum für deine Notizen: hier und überall …

Einleitung

Warum sollen sich Generationen begegnen und austauschen? Immer mehr älteren stehen im Verhältnis immer weniger jüngere Leute gegenüber. Die Lebenswelten von Generationen sind unterschiedlich. Das waren sie schon immer. Nur: Durch die gesellschaftlichen Entwicklungen weichen sie immer stärker voneinander ab. Generationenprojekte setzen da an: Begegnungen ermöglichen, gemeinsam in den Dialog finden, Vorbehalte abbauen, eine gute Zeit miteinander haben, sich gegenseitig stärken.

Und warum im Museum? Museen sind ideale Orte für Generationenprojekte. Ihre Themen, Inhalte und Objekte geben Anlass zum Diskutieren und bieten die Möglichkeit, gemeinsam etwas zu erarbeiten. Museen können manchmal auch ausschliessend wirken, wenn Menschen nicht wissen, wie sie sich an solchen Orten bewegen sollen und was von ihnen als Gästen erwartet wird. Dann schaffen die Museen Distanz. Projekte, die den Dialog mit den Gästen suchen, arbeiten an diesem Widerspruch zwischen Begegnung und Distanz, ohne ihn auflösen zu wollen.

Die Museen selbst und ihr Personal profitieren vom Austausch der Generationen, wenn sie in der Zusammenarbeit mit den Gästen neue Wege gehen und sich selbst als Lernende verstehen. Menschen mit unterschiedlichen Erfahrungen und Hintergründen haben auch verschiedene Sichtweisen auf das, was Museen bieten. Museen müssen nur zuhören und sich als Ort der Begegnung verstehen. Im besten Fall gewinnt das Museum ein neues Selbstverständnis in der Rolle des Gastgebers.

Erfahrungen der Autorinnen

«Es gibt immer wieder Neues zu lernen, wenn wir uns vornehmen: Von den Menschen und nicht vom Museum ausgehen!»

Alena Nawrotzki und Cynthia Gavranic

«Die Gesellschaft braucht dringend Orte, wo Menschen unterschiedlichen Alters, kulturellen Hintergrunds und sozialer Schicht real in Kontakt kommen. Museen können solche Orte sein!»

Rut Reinhard

«Generationenprojekte kommen zum Fliegen, wenn sie nicht für, sondern mit VertreterInnen unterschiedlicher Altersgruppen geplant werden.»

Anna Hagdorn

«Generationenprojekte fördern und fordern die ernst gemeinte Partizipation.»

Franziska Dürr Reinhard

«Aktive Beteiligung braucht Vertrauen. Dies wird durch Beziehungen im Vorfeld hergestellt, nicht durch eine Drucksache. Partner sind dafür Gold wert!»

Sara Smidt

«Generationen-Angebote müssen konsequent von den Gästen her gedacht sein.» *Jeannine Hangartner*

«Es lohnt sich, verschiedene Menschen am eigenen Tun mitdenken zu lassen. Ohne Risiko, aber dafür mit Nebenwirkungen.»

Caroline Spicker

«Als einigermassen erfahrene Vermittlerin der mittleren (?) Generation lerne ich gerne dazu und teile, was ich kann und weiss.»

Susanne Kudorfer

Warum möchtest du ein Projekt mit Generationen im Museum anstossen? Worauf hast du Lust? Was kannst du durch dieses Projekt realisieren?

Projektidee

Nicht Schulklasse oder Seniorengruppe, nicht Geburtstagsfest oder Führung: Aus dem ODER wird ein UND! Der Anstoss zu einem Generationenprojekt entsteht im Museum oder kommt von ausserhalb. Ein Thema, für das sich alle vor Ort interessieren, bildet die gemeinsame Handlungsbasis.

- Das Projekt lebt von der gemeinsamen Begeisterung der Beteiligten über die gewählte Sache: also das Museum und den Austausch zwischen den unterschiedlichen Generationen.
- Die Projektidee stellt die Begegnung, den Austausch oder gar die Zusammenarbeit zwischen Gästen verschiedener Generationen in den Mittelpunkt.
- Sie ist aussichtsreich, wenn sie für Beteiligte unterschiedlichen Alters gleichermassen attraktiv ist.
- Alle Beteiligten sollen vom Projekt profitieren, Menschen und Institutionen.
- Eine Idee kann auch ganz klein anfangen.
- Die Realisierung der Idee soll einen Mehrwert für die Gesellschaft bieten und einfach umsetzbar sein.

Was kann wirklich nur im Museum passieren? Das Schlimmste? Das Schönste?

Museum

Museen sind der ideale Begegnungsort, behaupten wir! Durch kollaborativ entwickelte Generationenprojekte erfahren Museen von unterschiedlichsten Bedürfnissen und Erwartungen. Was schätzen die Menschen am Museum? Was fehlt ihnen und was wünschen sie sich anders?

- Voraussetzung für ein Lernen-Können ist Offenheit der Institution für die Ansichten und Auffassungen der Gäste.
- Vermittlung kann gleichermassen nach aussen auf Partner und Gäste als auch nach innen auf Akteure der Institution wirken, indem sie Denkprozesse mit Potenzial zu Vertiefung oder Veränderung anregt und gestaltet.
- Das Selbstverständnis des Museums kann sich erweitern und entwickeln, wenn die Anregungen von aussen intern diskutiert werden, inklusive Direktion.
- Damit eine Zusammenarbeit mit Partnern und Gästen auf Augenhöhe stattfinden kann, braucht das Vermittlungspersonal Kompetenzen und Ressourcen, um den Unwägbarkeiten eines partizipativen Prozesses begegnen zu können.

Mit wem willst du für dieses Projekt zusammenarbeiten? Wer stemmt die Sache vor und hinter den Kulissen? Wer ist dein Tiger im Tank?

Partner

Es tut gut, mit Menschen unterschiedlicher Lebenswelten Sinngebendes zu erschaffen! Doch Generationenprojekte sind komplex. Daher empfiehlt es sich, gleich zu Beginn starke Partnerschaften zu suchen und in die Beziehungsarbeit zu investieren. Die Arbeit mit Partnern wird zwar komplizierter, ist dafür aber auch reichhaltiger.

- Die Partner brauchen Raum und Zeit, um die eigenen Ideen und Vorstellungen einbringen zu können.
- Idealerweise beginnen die Partnerschaften bei der gemeinsamen Konzeption und umfassen nach der Durchführung auch die Dokumentation und Evaluation.
- Pilotprojekte helfen dabei, sich in überschaubarem Rahmen kennenzulernen.
- Zuständigkeiten und Aufgaben werden entsprechend Kompetenzen, Ressourcen und Interessen verteilt.
- Allenfalls unterschiedliche Erwartungen der Beteiligten werden regelmässig thematisiert, in den Entwicklungsprozess integriert und fruchtbar gemacht. Aus der Differenz kann Stärke für gemeinsame Ziele gewonnen werden.
- Kulturelle und soziale Institutionen, die im Generationendialog aktiv sind oder daran interessiert sein könnten, sind ideale Partner: Organisationen der Jugend- und Altenarbeit, Quartiertreffs, Wohngenossenschaften, Bildungseinrichtungen von Kindergarten bis Seniorenuni, Neuzugezogene, Freiwilligenprojekte, Medien, Pfarreien, Vereine …

Was macht die Begegnung der Generationen in diesem Museum einzigartig?

Konzept

Schriftlichkeit schafft Verbindlichkeit. Um in die Öffentlichkeit hineinwirken zu können und um finanzielle und ideelle Förderung zu erhalten, muss das Vorhaben seinen Mehrwert für die Gesellschaft kommunizieren.

- Aufbauend auf der Projektidee werden von allen Beteiligten die wichtigsten gemeinsamen Projektziele definiert.

- Ein tragender Teil sind aktuelle Fragen, die die Gesellschaft bewegen. Wie reagiert das Projekt darauf?

- Generationenprojekte bieten viele Mehrwerte: Abbau von Stereotypen, Potenziale unterschiedlicher Lebensalter nutzen, Kreativität freisetzen, Lernprozesse initiieren, Selbstwirksamkeit stärken, Achtsamkeit füreinander fördern, Grenzen überwinden, Verständnis für Differenzen gewinnen, Sensibilisierung für unterschiedliche oder gleiche Bedürfnisse, gemeinsame Lebensräume schaffen und gestalten. Das Projekt stiftet Nutzen und redet darüber. Wer soll davon ausser den Medien erfahren?

- Es wird sichtbar, welche Ressourcen verfügbar sind bzw. erschlossen werden und wie sie verwendet werden: Geld, Zeit, Beziehungen, Know-how etc.

- Die Organisationsstruktur legt Zuständigkeiten und Kommunikations- und Entscheidungswege fest.

- Der Zeitplan zeigt Meilensteine auf und bietet Platz zur begleitenden Reflexion.

- Das Projekt endet nicht mit der letzten Veranstaltung, sondern mit Evaluation und Dokumentation.

Wer gewinnt durch dein Projekt und hat dadurch Interesse, dich zu unterstützen?

Ressourcen

Geld allein macht noch kein gutes Projekt, aber ohne Ressourcen geht gar nichts. Und dazu zählen nebst «geldwerten Leistungen» freiwilliges Engagement, Netzwerke, Know-how und Erfahrungen, Infrastruktur und Material.

- Ein intergenerationelles Museumsprojekt ist an der Schnittstelle zwischen Kultur und Sozialem angesiedelt, sodass aus beiden Bereichen um Finanzierung ersucht werden kann.

- Kollaborative Projektentwicklung braucht mehr Ressourcen als eine Einzelinitiative. Diese sind von Beginn an mitzudenken.

- In der Zusammenarbeit zwischen Institution und Vereinen, die meist auf Basis von Freiwilligenengagement funktionieren, braucht es Transparenz, Respekt für die unterschiedlichen Ausgangslagen und eine für alle stimmige Aufgabenverteilung.

- Eine mögliche Spielregel beim Aufeinandertreffen von bezahlter und unbezahlter Arbeit: Alle Arbeiten, die in gleicher Qualität durch bezahlte Kräfte geleistet werden können, sind dort angesiedelt. Die Arbeit der Freiwilligen fokussiert auf ihre Stärken, z. B. Erfahrung und Netzwerk. Auslagen werden selbstverständlich ersetzt.

- Geld ist nicht immer die beste Kategorie der Wertschätzung. Wie kann sie sonst ausgedrückt werden?

Was erleben die Gäste bei einer Generationen-Veranstaltung? Wie werden sie durch die Erfahrungen verändert, bereichert?

Gäste

Gastfreundschaft ist oberstes Gebot für generationengemischte Gruppen!
Menschen kommen nicht als Konsumenten, sondern als Beteiligte und Kooperationspartner ins Museum.

- Wer will denn als Senior angesprochen werden? Eben! Neugier lässt sich eher über ein Thema als über das Alter erzeugen.

- Erste Erfahrungen zeigen, dass sich auf Anhieb aktive Seniorengruppen, allgemein Kunst-und Kulturinteressierte sowie Museumsliebhaber von Generationen-Veranstaltungen im Museum ansprechen lassen. Um museumsferne Gruppen anzusprechen, braucht es Beharrlichkeit und überraschende Argumente.

- Über die verschiedenen ProjektpartnerInnen können Gäste angesprochen werden, die noch nicht zum bisherigen Museumspublikum gehören.

- Zusätzlich können generationengemischte Gruppen gefunden werden, indem Gäste selber zu Gastgebern werden.

- Unsere Gesellschaft wird älter und multikultureller. Dies ist in Konzeption und Art der Ansprache einzubeziehen. Die nächste ältere Generation wird so häufig Migrationshintergrund haben wie keine zuvor.

- Im Mittelpunkt von Generationen-Veranstaltungen steht der Austausch. Das braucht Raum, Zeit und Vertrauen.

- Eine Herausforderung wird sein, eine ausgewogene Teilnehmerverteilung zu erreichen.

Welchen Artikel möchtest du über dein Projekt veröffentlicht sehen? Wer soll diesen lesen, hören, zur Kenntnis nehmen?

Medien

Der Generationendialog ist ein medienwirksames Thema. Vermittlungsprojekten und Medieninteressen ist gemeinsam, dass ihr Trumpf Geschichten von und über Menschen sind. Den Mut zu haben, über das eigene Vorhaben zu reden, lohnt sich also.

- Generationenprojekte geben den Medien Gelegenheit, über die soziale Verantwortung der Institutionen zu berichten. Dadurch treten sowohl Museen als auch soziale Institutionen neu in Erscheinung.

- Öffentliche Ausschreibungen und Medienarbeit führen nicht zu mehr Gästen bei Veranstaltungen.

- Sie sind jedoch wichtig, um das Thema des Generationen-Austauschs und die vielfältigen Rollen eines Museums in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu tragen.

- Medien, die sich für Generationenthemen interessieren, können gezielt angesprochen und regionale Medien zur Veranstaltung einladen werden.

- Erfolgversprechend ist, einen Ansatz zu suchen, welcher der lokalen Zeitung oder dem regionalen Radio exklusiv nahe gebracht werden kann – ohne Medienmitteilung an alle.

- Mit guten Fotos, spannenden Geschichten und Aussagen der Gäste und Beteiligten kann ein packender Bericht verfasst und den Medien für die Publikation zur Verfügung gestellt werden.

- Tipp: die Community über das Projekt informieren. Wie wäre es mit einem Projektprofil auf www.intergeneration.ch?

Woran misst du deine Veranstaltung? Wann ist sie gelungen?

Umsetzung

Lust auf Begegnungen, Geduld bei langsamen Rhythmen, ein offenes Ohr sind Voraussetzungen für gutes Gelingen. Die Mimik verrät es, wenn sich die GastgeberInnen auf die Veranstaltung freuen!

- Aufgabe der GastgeberInnen ist es, den Begegnungen von Fremden in der Fremde einen guten und sicheren Rahmen zu bieten: Das heisst, Raum zu geben und eine anregende, gastfreundliche Atmosphäre der Wertschätzung zu schaffen. Stillen Wassern ist (Schweige-)Raum zu geben.

- Das Besondere an altersgemischten Veranstaltungen ist der Fokus auf Begegnung: Alle Beteiligten sind von Anfang an gefordert, sich auf Menschen mit einer anderer Sichtweise, einem anderen Tempo und anderem Erfahrungshintergrund einzulassen.

- Die Herausforderung besteht darin, die unterschiedlichen Generationen durch eine für alle attraktive und offene Aufgabenstellung mit genügend Zeit wirklich in einen Austausch zu bringen. Dabei gibt es keine richtigen oder falschen Lösungsansätze. Es gilt, fantasiereich und behutsam auszuprobieren, was hier und jetzt Türen öffnet.

- Generationen-Veranstaltungen brauchen eine starke, klare Moderation, die es versteht, den Dialog zu fördern, die Themen lanciert, Impulse gibt, sinnvolle Provokationen einbaut und Differenzen Raum gibt.

- Den Beteiligten und den Gästen wird etwas zugetraut. Das braucht Mut zur Lücke. Nur so kann die für Kreativität notwendige Offenheit gewahrt werden.

WÜRTH
WÜRTH

Wie machst du aus einem Lucky Punch* ein Erfolgsrezept? Was ist die Chance von langfristigen Projekten?

* glücklicher Schlag

Etablierung

Wichtig für längerfristige Generationenprojekte sind sowohl eine breite, institutionsinterne Abstützung als auch Kooperationen mit externen Partnern. Regelmässigkeit und Wiedererkennbarkeit stärken das Angebot, es braucht aber Spielraum für Variationen in Form und Inhalt.

- Ein Vorhaben von langer Dauer muss nicht von Anfang an so geplant sein. Nach einer ersten abgeschlossenen Etappe bestimmen die Erfahrungen und Wünsche der Beteiligten, ob bzw. wie es weitergeht.

- Ein langfristig angelegtes Projekt erfordert klar abgesteckte Strukturen. Diese werden mit allen Beteiligten sorgfältig geklärt (Finanzen, personelle Ressourcen, Räume, Logistik). Test: Das Projekt überlebt einen Personalwechsel.

- Auch ein auf Dauer ausgelegtes Generationenprojekt kann oder muss sich weiterentwickeln – möglicherweise ist seine Dauerhaftigkeit gerade von seiner Wandlungsfähigkeit abhängig. Dabei braucht es Klarheit, welche und wie viel Eigendynamik willkommen ist.

- Über Mitarbeit entsteht Identifikation und dadurch eine Bindung an das Projekt.

- Wenn das Projekt langfristig angelegt ist oder sich dahin entwickelt, kann die Motivation erhalten und Innovationslust genährt werden durch den Austausch mit anderen an Generationsprojekten Beteiligten.

- Manchmal ist jedoch der Lucky Punch mehr wert als ein Dauerlauf.

Was werden die Beteiligten noch Jahre später zeigen wollen? Wie holst du für die Dokumentation alle an Bord?

Dokumentation

Dokumentieren heisst auch, stolz zu sein auf das Erreichte! Eine sorgfältige Dokumentation setzt gemachte Erfahrungen in Wert um. Sie dient der Erinnerung und ist Leistungsnachweis gegenüber den Beteiligten. Ein Rückblick klärt und tut gut.

- Kollaborativ entwickelte Projekte sollten von den Projektpartnern auch gemeinsam dokumentiert werden. So liegt die Deutungs- und Repräsentationsmacht für das Erreichte bei allen Beteiligten.

- Projekte, die auf Partizipation der Gäste hinarbeiten, zeigen diese auch in der Dokumentation als Akteure.

- Gute Fotografien des Anlasses geben ihm ein grösseres Gewicht, eine erweiterte Verständlichkeit.

- Eine Beschreibung der Teilnehmergruppe und des Anlasses, die auf der Homepage veröffentlicht wird, kann andere Gruppen und Personen dazu anregen, an einem solchen Anlass teilzunehmen.

- Ein Angebot wird durch eine gute Dokumentation greifbar und für Aussenstehende nachvollziehbar.

- Dokumentationen erreichen mehr, wenn sie kurz und gut gemacht sind. Sorgfalt in der Umsetzung zahlt sich aus.

- Schön ist, wenn die Form der Dokumentation den wichtigsten Überzeugungen des Projekts entspricht oder einfach dessen Atmosphäre spürbar macht.

Mit welchem Resultat in der Hand willst du das nächste Projekt anpacken und neue MitstreiterInnen gewinnen?

Evaluation

Erkenntnisgewinn aus dem Projekt erwünscht? Dann braucht es eine Benennung der Ziele vor dem Start und eine Überprüfung hinter der Zielgeraden. Die Phase der Auswertung muss von Anfang an im Zeitplan enthalten sein.

- Die Evaluation des Generationenanlasses ist ein Arbeitsinstrument, das dazu dient, aus den Erfahrungen zu lernen und eine weitere Durchführung oder ein nächstes Projekt zu optimieren.
- Zu Beginn wird geklärt, für wen evaluiert wird und was überprüft werden soll. Dies führt zur Wahl der Methode und entscheidet darüber, wer an der Evaluation beteiligt wird.
- Die Evaluation erlaubt, Verbesserungswürdiges und Gutes herauszufinden.
- Sie kann kurz und knapp sein, aber sie sollte die für die Weiterarbeit wichtigen Punkte enthalten.
- Feedbacks zwischendurch oder informelle Fragen nach dem persönlichen Eindruck helfen bei der Auswertung.
- Lernen findet nicht erst am Ende des Projekts statt. Jeder Moment bei der Durchführung könnte Erkenntnispotenzial haben. Dazu braucht es eine Atmosphäre, in der gerne laut gedacht wird, Momente selbstkritisch hinterfragt und Sternstunden «lauthals ausgeleuchtet» werden.
- In jedem Fall sollten das Ziel und der Umfang von Evaluationen realistisch sein. Viele postulierte Wirkungen stellen sich zeitverzögert sein – was genau kann erfasst werden?

SAY YES
TO RAIN
R'BELLE
AB

Was nützt es dir, Teil von «GiM – Generationen im Museum» zu sein?

Gemeinsam sichtbar

Was haben wir bereits alles gelernt! Im ersten Jahr der Projektwerkstatt von «GiM – Generationen im Museum» haben fünfzehn Museumsvermittlerinnen über die Rahmenbedingungen von Generationenprojekten im Museum nachgedacht. Das vorliegende Heft stellt diese Erfahrungen vor.

▮ Alles rund um «GiM – Generationen im Museum» kann auf der Website nachgelesen werden. Es gibt dort Infos für Fachleute, Anleitungen und ein breites Angebot für Profis und für Gäste, die teilnehmen wollen. Bei der Rubrik Veranstaltungen ist Platz für Kommentare, und dort sind auch Stimmen der Gäste zu finden, die bei «GiM live»-Veranstaltungen mitgemacht haben: Auf dem Blog gibt es frische Geschichten, kecke Sichtweisen und fantastische oder realistische Ideen der Generationen-Tandems. Mehr auf www.generationen-im-museum.ch.

▮ Die ersten Erfahrungen mit dem Projekt «GiM – Generationen im Museum», und insbesondere dem Veranstaltungsformat «GiM live», wurden im Buch «Auf Augenhöhe» publiziert. Ebenda finden sich auch Fachartikel zum Thema. Hrsg. Franziska Dürr Reinhard im Auftrag des Migros-Kulturprozent, Hier und Jetzt Verlag, Baden 2014.

Autorinnen

Elisabeth Bosshard ist Sammlerin und Museumsbegründerin des Kunst(Zeug)Haus-Rapperswil-Jona.

Leonie Brenner war Mitarbeiterin und ist seit Oktober 2015 Leiterin der Kunstvermittlung an der Kunsthalle Basel.

Irene Briner ist Kulturverantwortliche im Museum Kloster Gnadenthal in Niederwil AG.

Anna Hagdorn ist Kunsthistorikerin und Kunstvermittlerin. Sie arbeitet u.a. als freie Mitarbeiterin am Museum Franz Gertsch und initiiert mit dem Verein kulturklinke eigene Vermittlungsprojekte.

Susanne Kudorfer leitet die Vermittlungsabteilung im Ballenberg, dem Freilichtmuseum der Schweiz.

Kathrin Linder ist wissenschaftliche Mitarbeiterin des Museum im Lagerhaus St. Gallen und war als solche verantwortlich für die mit mehreren Generationen erstellte Ausstellung «InnenAnsichten – Zwischen Kunst und Psychiatrie».

Sanja Lukanovic war langjährige Leiterin der Kunstvermittlung an der Kunsthalle Basel und ist neu Inhaberin des Kunstlehrstuhls an der Berufsfachschule Baden.

Daniela Mittelholzer leitet die Kunstvermittlung am Kunstmuseum St.Gallen.

Alena Nawrotzki ist als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Migros Museum für Gegenwartskunst in Zürich für die Kunstvermittlung und das Rahmenprogramm verantwortlich.

Helen Parisi ist Begründerin und Leiterin von «artefix – Schule und Kultur» und arbeitet in dieser Funktion schon lange als Kunstvermittlerin mit dem Kunst(Zeug)Haus Rapperswil-Jona zusammen.

Rut Reinhard ist freie Mitarbeiterin in der Kunstvermittlung am Kunstmuseum Thun. Sie hat 2015 das Generationenprojekt «Café drunter & drüber» im Thun Panorama geleitet.

Sara Smidt ist Leiterin der Kunstvermittlung am Kunstmuseum Thun und Co-Präsidentin von mediamus, dem Schweizerischen Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum.

Caroline Spicker leitet die Kunstvermittlung im Museum Rietberg in Zürich.

Redaktion

Franziska Dürr Reinhard ist Projektleiterin von «GiM – Generationen im Museum» im Auftrag des Migros-Kulturprozent und damit auch Leiterin der Projektwerkstatt. Sie führt zudem den Lehrgang kuverum, Kulturvermittlung und Museumspädagogik.

Jeannine Hangartner ist Projektmitarbeiterin bei «GiM – Generationen im Museum» und selbstständige Kulturvermittlerin.

Literatur und Links

www.generationen-im-museum.ch
Auf der GiM-Website finden sich alle Informationen zum Projekt und die direkten Links zu den nachfolgenden Empfehlungen:

Literatur

Maja Graf & Jessica Schnelle (2014).
Impulse für Generationenprojekte.
Download: http://www.sagw.ch/de/sagw/aktuelles/news-Generationen/publikation_generationenprojekte.html

Anne-Catherine de Perriot & Tina Wodiuning (2008).
Evaluieren in der Kultur; warum, was, wann und wie?
Kostenlos bestellbar unter: http://www.prohelvetia.ch/Shop.756.0.html

Markus Zürcher & Martine Stoffel (2014).
Kontextualisierung und Positionierung von Generationenprojekten.
Ergebnisse des ersten trinationalen Workshops Generationenprojekte vom 30.–31. Mai 2013 in Zürich.
Download: http://www.sagw.ch/de/sagw/aktuelles/news-Generationen/publikation_generationenprojekte.html

Links

www.bfs.admin.ch
Kantonale Bevölkerungsentwicklungsszenarien vom Bundesamt für Statistik

www.generationenakademie.ch
Die Generationenakademie bietet Rat, Tat und Vernetzung für gesellschaftlichen Zusammenhalt. Damit sich Menschen unterschiedlicher Generationen begegnen.

www.generationentandem.ch
UND Generationentandem bildet den Generationendialog ab und gibt ihm eine Plattform.

www.intergeneration.ch
SGG Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft
Website für intergenerative Arbeit

Alle Links zuletzt eingesehen: 6. Januar 2016

Netzwerk

Für Inputs, Präzisierungen, Ergänzungen und Rückmeldungen sind wir dankbar. Wir freuen uns auf Austausch und auf Ihre Kontaktnahme unter **www.generationen-im-museum.ch** oder bei den AutorInnen und den HerausgeberInnen.

Impressum

Herausgeberin: Die Teilnehmerinnen der Projektwerkstatt 2015 aus dem Projekt «GiM – Generationen im Museum»
Fotos: Ladina Bischoff (Seite Seiten 12/13), Kathrin Schulthess (Seiten 18/19, 34/35, 38/39), Thomas Kern (Seiten 26/27)
Gestaltung: nordföhn. visuelle Gestaltung. Angela Reinhard
Korrektorat: Dominik Süess
Auflage: 1000

© Text bei den Teilnehmerinnen der GiM-Projektwerkstatt 2015
© Fotos bei den FotografInnen

Herzlichen Dank für die fachliche und finanzielle Unterstützung:

MIGROS kulturprozent

Das Migros-Kulturprozent ist ein freiwilliges, in den Statuten verankertes Engagement der Migros für Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. www.migros-kulturprozent.ch

Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft
Société suisse d'utilité publique
Società svizzera di utilità pubblica

Die Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft stärkt die Zivilgesellschaft in der Schweiz und fördert die Solidarität zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen.

www.generationen-im-museum.ch

www.generationen-im-museum.ch