

# DER ROTE FADEN IN DER VERMITTLUNG

## WORKSHOP ZUM OÖ MUSEUMSTAG

**Angelika Doppelbauer**

Das Thema des oberösterreichischen Museumstages lautete: *Den roten Faden spinnen – Überlegungen zum Kuratieren von Ausstellungen*. In meinem Workshop sollte nun der Aspekt der Vermittlung behandelt werden. Als Ziel wurde formuliert, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine praktische Handreichung für die eigene Museumsarbeit zu liefern, mit Tipps und Ideen zur praktischen Umsetzung. Den roten Faden in der Vermittlung kann man auf zwei Arten verstehen: einerseits als Beteiligung der Vermittlung im kuratorischen Prozess und andererseits im Finden einer Storyline innerhalb eines Vermittlungsformates. Ich möchte in Folge auf beides eingehen, zuerst jedoch mit einer Definition des Begriffes Vermittlung beginnen.

### Unterschiedliche Bezeichnungen

Seit Beginn der Vermittlung als eigenständiges Berufsfeld in den 1960er Jahren existierten im deutschsprachigen Raum Diskussionen über die Berufsbezeichnung. In Öster-

reich einigte man sich 1991 mit der Gründung des *Verbandes der Kunst- und KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen* auf die Bezeichnung Vermittlung. Daneben finden sich noch andere Benennungen wie Museumspädagogik, Transfer, Kommunikation oder Bildung. In Deutschland ist die Bezeichnung Museumspädagogik vorherrschend, wird aber mit Vermittlung synonym verwendet. Teilweise wird auch nach Museumstyp unterschieden zwischen: Kunstvermittlung, Naturvermittlung, Technikvermittlung und so weiter.

### Formen der Vermittlung

Das klassische Format der Vermittlung ist die Führung, doch Vermittlung kann noch viel mehr sein. Grundsätzlich wird unterschieden zwischen personaler und medialer Vermittlung. Die personale Vermittlung wird von Vermittlerinnen und Vermittlern angeboten und kann als Gespräch stattfinden, als Vortrag, Diskussionsveranstaltung oder in Form eines Workshops, in dem die Teilnehmenden durch eigenes Tun Praxiserfahrungen sammeln und so Zugang zu Inhalten erlangen. Die mediale Vermittlung beinhaltet unterschiedliche Bereiche von Texten wie Raumtexte, Begleitbroschüren oder Kataloge, und reicht von Audioqui-

24



Workshop mit Angelika Doppelbauer:  
„Der rote Faden in der Vermittlung“  
(Fotos: erlehner.com)



des oder Multimediaguides, die auch Bilder, Filme oder spielerische Elemente beinhalten, bis zu Websites, Filmen, Informationsräumen in Ausstellungen oder Materialien für den Unterricht. Spielerische Ansätze, die in letzter Zeit in der musealen Vermittlung beliebt sind, werden heute oft unter dem Schlagwort Gamification zusammengefasst. Auch die Sozialen Medien können hervorragend zur Vermittlung benutzt werden. Hierbei ist es wichtig, die Inhalte gut zu planen und aufeinander abzustimmen, also einen roten Faden zu spannen. So können Objekte aus der Sammlung präsentiert werden, die vielleicht gerade nicht in Ausstellungen zu sehen sind, sowie Ergebnisse von Restaurierungen und aktuelle Forschungsergebnisse. Mit kurzen prägnanten Texten können hier Inhalte zeitgemäß an ein Publikum vermittelt werden, das vielleicht nicht ins Museum kommen würde. Das Argument, dass Menschen ein Museum nicht mehr besuchen, wenn sie die Objekte im Internet oder in den Sozialen Medien schon gesehen haben, kann in der Praxis nicht bestätigt werden. Im Gegenteil: Man geht eher in ein Museum, dem man zum Beispiel auf Facebook folgt und dessen Beiträge einem sympathisch sind, um die Objekte dann auch einmal in Wirklichkeit zu sehen.

### Ausstellungskonzeption und Vermittlung

Als Erstes möchte ich die Rolle der Vermittlung bei der Konzeption neuer Ausstellungen behandeln. In der Regel werden Kuratorinnen und Kuratoren damit beauftragt, neue Präsentationen zu erarbeiten, aber es zeigt sich in der Praxis, dass eine Zusammenarbeit verschiedener Museumsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter die zielführendste Methode für gute Ergebnisse darstellt. Durch den täglichen Kontakt mit den Museumsgästen verfügt die Vermittlung, neben Besucherbetreuung und Aufsicht, über ein großes Wissen zu den Bedürfnissen und Fragen des Publikums. Im Gespräch erfahren sie, welche Themen die Besucherinnen und Besucher interessieren und womit sich die Menschen beschäftigen. Die Vermittlung kann der Anwalt des Publikums innerhalb der Institution sein. Außerdem halten sich Vermittlerinnen und Vermittler in der Regel viel mehr in den Ausstellungsräumen auf als Kuratorinnen und Kuratoren. Sie wissen, in welchen Räumen Menschen gerne verweilen und wo man wichtige Objekte besser nicht platzieren sollte, da man sie mit einer größeren Gruppe sonst nicht gut ansehen kann, wo die Akustik schlecht ist, bei welchem Fenster es zieht und wo Lärm von außen eindringt. Aus der Erfahrung wissen sie, wo man Sitzgelegenheiten aufstellen sollte, da die Menschen an diesem Punkt des Rundganges oft schon müde sind und



*In kleinen Gruppen wurden Überlegungen zur Vermittlung in den eigenen Museen angestellt. (Foto: erlehner.com)*

wo immer alle falsch herumlaufen, weil das Leitsystem nicht funktioniert. Viele dieser praktischen Aspekte, aber auch inhaltliche Punkte, die sich durch die eigene Beschäftigung mit der Sammlung, aber eben auch durch den täglichen Kontakt mit dem Publikum ergeben, kann die Vermittlung zur Konzeption neuer Ausstellungen beisteuern. Museen, die dieses Wissen nicht nutzen, vergeben eine Chance.

25

### Der rote Faden in einem Vermittlungsprogramm

Beim Finden eines roten Fadens innerhalb eines Vermittlungsprogramms ist die erste Frage, die man sich vor der Konzeption immer stellen sollte, welches Ziel mit der Vermittlungsaktion erreicht werden soll. Möchte ich den Besucherinnen und Besuchern einen Überblick über eine Sammlung geben oder bei einem speziellen Thema in die Tiefe gehen? Geht es mir darum, die Meinung der Besuchenden zu erfahren oder sollen sie praktische Kenntnisse erwerben? Kommt eine ausgeruhte Gruppe, die sich speziell für ein Thema Zeit nimmt, oder handelt es sich um eine Reisegruppe, die an diesem Tag schon drei Kirchen und zwei andere Museen besichtigt und noch eine Stadtführung vor sich hat?

Diese Überlegungen gehen Hand in Hand mit der Frage nach der Zielgruppe. An wen wendet sich mein Vermittlungsprogramm? Für Kindergartenkinder muss ich andere Inhalte und eine andere Dauer des Angebotes wählen als für Jugendliche, Fachleute oder Senioren. Oft handelt es sich jedoch auch um heterogene Gruppen, die nicht eindeutig einer Zielgruppe zugeordnet werden können. Dann



Workshop „Der rote Faden in der Vermittlung“ mit Angelika Doppelbauer (Foto: erlebner.com)

hat es vielleicht Sinn, verschiedene Varianten anzubieten. So kann ich zum Beispiel eine spielerische Aktion für Kinder anbieten, während ich die Erwachsenen noch mit weiterführenden Informationen versorge. Flexibilität und das Eingehen auf die Bedürfnisse, Interessen und Erfahrungen des Publikums sind bei allen Vermittlungsformaten hilfreich. Dies wird unter dem Schlagwort Besucherorientierung zusammengefasst. Dafür ist es nötig, mit den Besucherinnen und Besuchern ins Gespräch zu kommen, um zu erfahren, wofür sie sich interessieren und welches Wissen sie mitbringen. Dies kann auch ganz nebenbei schon vor dem eigentlichen Vermittlungsformat beginnen, wenn alle zusammenwarten. Hier kann man im entspannten Gespräch wichtige Hintergrundinformationen sammeln: „Was haben Sie heute schon unternommen?“, „Warum haben Sie sich für diese Ausstellung entschieden?“ Im besten Fall entsteht auch während des Vermittlungsformates ein gegenseitiger Austausch, von dem beide Seiten profitieren. Diese Erfahrungen können in die weitere Vermittlung einfließen. Auch im digitalen Bereich ist es möglich, über Kommentare und Bewertungen mit dem Publikum in Kontakt zu treten und sich auszutauschen.

Die Vermittlung möchte einen Dialog zwischen Besuchenden, Objekten und der Vermittlung anregen. Obwohl es zum Ethos des Berufes gehört, selber mehr zu wissen, als man tatsächlich für das jeweilige Format benötigt, sollte sich die Vermittlung nicht auf Wissensvermittlung beschränken. Oft kann es hilfreich sein, Informationen zum grundlegenden Verständnis zu liefern und Zusammenhänge herzustellen, dann jedoch auch Fragen aufzuwerfen und zum eigenen Nachdenken anzuregen. Das gemeinsame Betrachten von Objekten und das Hinführen zu eigenen Wahrnehmungsmöglichkeiten durch das gezielte Stellen von Fragen kann neue Horizonte eröffnen und eigene Erfahrungen ermöglichen. Hierbei ist es stets hilfreich, während der Konzeption mit der Frage „Was hat das mit mir zu tun?“ nach einem Gegenwartsbezug zu suchen. Gelingt es, einen Bezug zur eigenen Lebensrealität des Publikums herzustellen, kann eine persönliche Beziehung, ein Anknüpfungspunkt zu den Museumsinhalten entstehen.

Die Vermittlung arbeitet mit unterschiedlichen Methoden und es empfiehlt sich, während eines Formates immer wieder die Methoden zu variieren, um unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten zu bieten und Abwechslung zu schaffen. So können Informationen mit spielerischen Sequenzen kombiniert werden, selbständiges entdeckendes Erkunden von Inhalten mit gemeinsamem Dialog und der Einsatz von Materialien zum Angreifen und Ausprobieren ermöglicht eigene Erfahrungen. Viele Menschen verspüren das Bedürfnis, ausgestellte Objekte anzugreifen, was





aus konservatorischen Gründen nicht möglich ist. Hier empfiehlt es sich, Ersatzobjekte anzubieten. Dies können beschädigte Objekte aus der Sammlung sein, die man dafür verwenden kann, oder Objekte aus dem gleichen Material, die nicht aus einer musealen Sammlung stammen. Manchmal gibt es auch Repliken und Nachbauten von historischen Objekten, die man den Museumsgästen in die Hand geben kann. Wenn ich einmal selber ein Kettenhemd in der Hand gehalten habe, muss ich nicht mehr lernen, dass ein Ritter schwer tragen musste, sondern

habe es selber erfahren. Auch eigenes praktisches Tun kann Erkenntnisse und Praxiswissen liefern. Dazu dient auch das Format des Workshops, das eigenes Tun mit Besuchen in den Ausstellungen kombiniert. So kann man sich einerseits Anregungen für das eigene praktische Arbeiten holen und andererseits die Ausstellungsstücke ganz anders beurteilen, wenn man sich selber mit der Erstellung vergleichbarer Objekte schon beschäftigt hat.

Dadurch wird der Kontakt mit den Objekten einer Ausstellung vertieft, kurzweilig und vielfältig. Bei allen diesen Aktivitäten ist es jedoch wichtig, den so genannten roten Faden nicht zu verlieren und immer zu bedenken, welches Ziel am Anfang der Vermittlungsaktion formuliert wurde. Fragen Sie sich beim Konzipieren eines Formates bei jedem Objekt, das Sie besprechen, warum wähle ich es aus, was hat es mit meinem Thema zu tun, wie kann ich es in die Dramaturgie meiner Führung oder meines Textes einbauen, um einen Spannungsbogen aufzubauen. Hierbei kommt das besondere Format der Ausstellung zum Tragen, die Geschichten im Raum erzählt. Ich kann mich also nicht beliebig durch die Räume hin und zurück bewegen, sondern muss mich mit einer Gruppe an den Aufbau der Präsentation halten. Das erfordert Flexibilität und Kreativität, kann aber auch besonders reizvolle Ergebnisse liefern. Es ist wichtig, den Besucherinnen und Besuchern zu kommunizieren, warum das eine oder andere Thema und Objekt Teil des Vermittlungsformates ist und man muss immer wieder Übergänge und inhaltliche Klammern zum angekündigten Thema finden. Der Spannungsbogen innerhalb des Formats kann zum Beispiel durch eine am Anfang formulierte Frage aufrechterhalten werden, auf die man immer wieder zurückkommt. Schritt für Schritt können so

Informationen, Assoziationen und Erfahrungen gesammelt werden, die am Ende dem Publikum ermöglichen, die anfangs gestellte Frage selber für sich zu beantworten. Ziel der VermittlerInnen sollte sein, dem Publikum die Mittel in die Hand zu geben, sich selber ein Urteil zu bilden und die ausgestellten Objekte so zu kontextualisieren, dass die Besucherinnen und Besucher sich selbst ein Bild machen können und eigene Zugänge zu den Themen der Ausstellung finden.

In der praktischen Konzeption von Vermittlungsformaten und Vermittlungsmaterialien ist es immer wichtig, eine Auswahl zu treffen. Niemand möchte stundenlang in einem Museum stehen oder seitenlange Saalhefte lesen. Überlegen Sie zum Beispiel bei einer Führung zuerst, wie lange sie dauern soll. Teilen Sie die Dauer den Besucherinnen und Besuchern vorab mit, damit diese auch genug Zeit einplanen und halten Sie sich an die angekündigte Zeit! Wenn sich bei einem Thema eine angeregte Diskussion ergibt, dann lassen Sie eben ein anderes Thema weg oder behandeln Sie es nur kurz. Sie könnten in der Konzeption auch Reservethemen vorsehen, die Sie auslassen können, ohne dass sie in der Gesamterzählung als fehlend empfunden werden. Oder sprechen Sie die Zeitverzögerung explizit an und fragen Sie, ob die Gäste länger Zeit haben. Dabei besteht aber immer das Problem, dass bei mehreren Personen unterschiedliche Antworten kommen könnten. Und noch ein Tipp aus der Praxis: Stellen Sie keine Fragen, deren Antworten Sie nicht hören wollen oder berücksichtigen können. Dann ist es besser nicht zu fragen. Berechnen Sie auch unbedingt die Wegzeiten in Ihre Zeitplanung mit ein. Es dauert viel länger, mit einer Gruppe von einem Raum in den nächsten zu gehen als alleine. Außerdem möchten die Besucherinnen und Besucher vielleicht auch noch andere Objekte ansehen, über die Sie nicht gesprochen haben. Für eine einstündige Führung kann es genügen, fünf Objekte zu präsentieren. Mit der Begrüßung, der Einleitung und der Möglichkeit Fragen zu stellen, kann die Zeitspanne locker gefüllt werden.

Im Aufbau von Vermittlungsformaten ist eine klare Struktur äußerst wichtig. Gehen Sie dabei immer vom Großen ins Kleine. Dies gilt für personale Formate genauso wie für Texte. Wie lautet das Thema des Formates, welche Unterkapitel gibt es und worüber wird gerade berichtet? Hierbei empfiehlt es sich, immer wieder den Kontext herzustellen, warum diese Information oder diese Handlungsanweisung Teil des übergeordneten Themas ist und welche Funktion sie innerhalb des Vermittlungsformates aufweist. Es ist wichtig, von einem Thema zum nächsten gute Überleitun-

gen zu finden. Dies können kausale Zusammenhänge sein, die Biografie einer Person oder chronologische Fakten. Aber kommen Sie immer wieder darauf zu sprechen, was das eine Objekt mit dem nächsten zu tun hat und warum Sie es für dieses Format ausgewählt haben. So könnte man bei einer Führung zu den Superlativen einer Schau erklären, dass man soeben das größte Objekt der Ausstellung gezeigt hat und nun zum ältesten weitergeht. Am Ende könnte der rätselhafteste Ausstellungsgegenstand präsentiert werden mit der Frage an die Besuchenden, worum es sich dabei wohl handeln könne.

Es ist nicht immer notwendig, eine Überblicksführung durch eine ganze Ausstellung anzubieten oder ein Heft für ein ganzes Museum zu verfassen. Auch eine Führung für Eilige, die nur eine halbe Stunde dauert, kann gut ankommen. Oft kann es zielführend sein, gewisse Themen herauszugreifen und darüber im Speziellen Programme anzubieten. Dies kann von einer Führung über Frauenthemen am Internationalen Frauentag bis zu einem Text über Strategien für Nachhaltigkeit anhand von historischen Praktiken in einer volkskundlichen Sammlung reichen. Manchmal hilft es auch, sich eine spezielle Zielgruppe vorzustellen und zu überlegen, welche Inhalte zum Beispiel für den Bienenzüchterverein in meinem Museum interessant sein könnten. Es kann aber auch ein Märchen sein, das durch eine Sammlung führt, oder der Text eines Songs, der als roter Faden dient. Hier kann man wirklich kreativ sein. Wichtig ist nur, immer wieder den Bogen zu spannen und zu erklären, warum man die einzelnen Objekte ausgewählt hat und was sie mit dem Thema zu tun haben. Auch eine Führung als Rätsel ist denkbar. So könnte man mit einer Kindergruppe vom ausgestopften Wolf zu einer roten Kopfbedeckung gehen, über ein Kuchenrezept sprechen und am Ende raten lassen, welches Märchen als Vorlage für die Auswahl gedient haben könnte. Als roter Faden kann dann während des Programmes zum Beispiel als Überleitung gesagt werden: „Das war der erste Hinweis für die Lösung der Frage und jetzt gehen wir zum zweiten Objekt, das auf das Ergebnis deutet.“ Man kann sich aber auch eine neue Geschichte in einer Ausstellung überlegen und sie an verschiedenen Orten episodisch erzählen, statt einer Führung. Hierbei ist aber wichtig darauf hinzuweisen, dass es sich um eine Geschichte und nicht um historische Fakten handelt. Im Fasching könnte man dann auch einmal lustige Themen anbieten und über alle roten Objekte der Ausstellung sprechen oder zur Langen Nacht der Museen, mit einer Taschenlampe ausgestattet, die rätselhaftesten oder gruseligsten Objekte besuchen. Auch Materialien oder gewisse Herstellungsverfahren können Themen von Spezialführungen sein, genauso wie Jahreszeiten, Klei-

dung oder Jubiläen. Und noch ein Tipp: Sie müssen das Rad nicht immer neu erfinden. Sehen Sie sich an, was andere Museen machen und lassen Sie sich davon inspirieren. Es muss ja nicht das Museum im Nachbarort sein, von dem Sie sich Ihre Ideen holen. Schauen Sie auf die großen Häuser im deutschsprachigen Raum, oft genügen schon die ansprechenden Titel von Vermittlungsprogrammen, um selber wieder auf neue Ideen zu kommen. Wandeln Sie die Programme ab, finden Sie einen eigenen Titel und passen Sie das Format auf Ihr Haus an.

Kreative Themen sind auch für Begleitprogramme zu empfehlen. Hier kommt vor allem der Aspekt der Mehrmalbesucherinnen und -besucher ins Visier. Wenn Ihr Museum nicht über regelmäßig wechselnde Sonderausstellungen verfügt, kann man durch Konzerte, Lesungen oder Diskussionen zu verschiedenen Themen, die im Konnex zu den ausgestellten Objekten stehen, Menschen dazu bewegen, sich aus unterschiedlichen Perspektiven mit der Sammlung zu beschäftigen und daher öfter zu kommen.

### Zum Sprechen in Ausstellungen

Ein paar grundlegende Überlegungen zum Sprechen in Ausstellungen seien hier noch angefügt. Bitte versuchen Sie, sich so aufzustellen, dass alle Beteiligten Sie und das Objekt, über das Sie sprechen, sehen können. Das Äquivalent für die mediale Vermittlung ist, dass immer klar ist, worauf sich die Texte beziehen und welches Objektschild zu welchem Objekt gehört. Hierbei ist hilfreich, Menschen zum Testen einzuladen, um zu sehen, ob der eigene Gedankengang aufgeht. Selber kann man das oft nicht mehr be-



urteilen, weil man schon „betriebsblind“ ist. Um auf eine Führungssituation zurückzukommen: Bitte sprechen Sie nicht im Gehen zur Gruppe, stellen Sie sich auf und warten Sie bis alle Teilnehmenden, die zuhören möchten, da sind. Es gibt jedoch auch immer wieder Menschen, die beim Wechsel von einem Ort zum nächsten Fragen stellen, die sie nicht vor allen anderen stellen möchten. Da ist es natürlich in Ordnung, diese Fragen direkt im Zwiegespräch zu beantworten. Falls die Frage jedoch für alle interessant ist, empfiehlt es sich, die Frage dann bei der nächsten Station noch einmal für die Gruppe selbst zu wiederholen und zu beantworten. Unterschätzen Sie nicht die Schüchternheit mancher Personen, die nicht gerne vor anderen sprechen. Ersparen Sie diesen Menschen den Stress, die Frage vor allen noch einmal formulieren zu müssen. Und wenn Sie merken, dass die Gruppe unruhig wird, gibt es oft Gründe dafür. Ignorieren Sie das nicht, sondern sprechen Sie es an. Vielleicht gibt es eine wichtige Frage oder einen störenden Umweltfaktor, die berücksichtigt werden können. Das kann schlechte Luft, ein herumfliegendes Insekt oder die Suche nach einer Toilette sein.

### Inklusion und aktuelle Fragestellungen

Spricht man über Vermittlung, sind auch Fragen der Inklusion relevant. Hierbei geht es nicht nur um besondere Bedürfnisse im Bereich der Mobilität – wie Aufzüge, Behindertentoiletten oder Leitsysteme für Sehbehinderte –, sondern auch um inhaltliche Barrieren. Vermeiden Sie in Ihren Ausführungen Fremdwörter oder erklären Sie diese. Setzen Sie kein Fachwissen voraus. Und stellen Sie keine Wissensfragen!

In der kritischen Vermittlung wird eine differenzierte Auseinandersetzung mit musealen und gesellschaftspolitischen Fragestellungen gefordert. Diese kann dem Thema einer Ausstellung folgen, sich aber auch kritisch zu deren Inhalten stellen. Gerade bei älteren Präsentationen ist dies oft nötig, wenn es neuere Forschungen gibt. Es kann aber auch darum gehen, Minderheiten, die nicht berücksichtigt wurden, zu Wort kommen zu lassen. Hier kann die Vermittlung die Aktualisierung und das Zurechtrücken von Inhalten übernehmen.

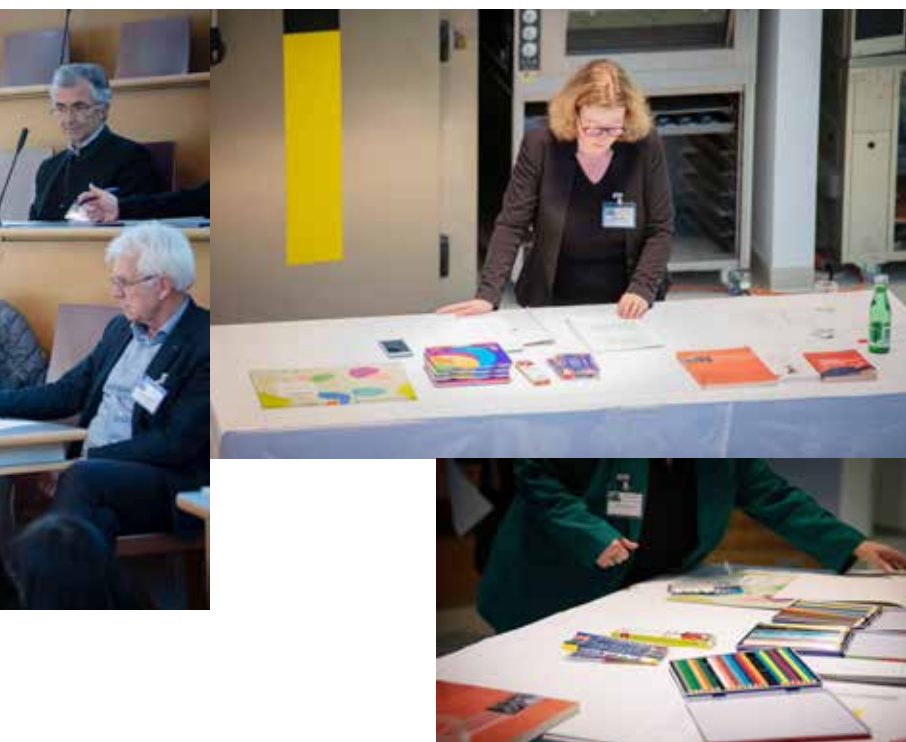
Die Vermittlung nimmt innerhalb des Museums eine wichtige Rolle ein. Das Berufsfeld hat sich in den vergangenen Jahrzehnten professionalisiert und bildet einen festen Bestandteil der Museumsarbeit. Viele Besucherinnen und Besucher schätzen ein vielfältiges Angebot und nehmen es auch gerne in Anspruch. Gut geplante und professionell durchgeführte Programme sowie ästhetisch ansprechende Materialien sind ein wichtiger Teil einer gelungenen Museumsarbeit.

### Weiterführende Literatur:

ARGE schnittpunkt (Hg.): Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis. Wien / Köln / Weimar 2013.

Dawid, Evelyn / Schlesinger, Robert (Hg.): Texte in Museen und Ausstellungen. Ein Praxisleitfaden. Bielefeld 2002.

Doppelbauer, Angelika: Museum der Vermittlung. Kulturvermittlung in Geschichte und Gegenwart. Wien 2019.



Workshop „Der rote Faden in der Vermittlung“ mit Angelika Doppelbauer (Foto: erlebner.com)



# BIOGRAFIEN

## DIE AUTORINNEN UND AUTOREN

### Mag.<sup>a</sup> Andrea Bina

Geboren 1967 in Linz, Mag. phil., Kulturhistorikerin, lebt und arbeitet in Linz und Wien.

38

Sie leitet seit 2010 das Nordico Stadtmuseum Linz und war zuvor wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Neuen Galerie der Stadt Linz / Wolfgang Gurlitt Museum (1998–2003) und Kuratorin im Lentos Kunstmuseum Linz (2003–2010). Zahlreiche Ausstellungen und Publikationen an der Schnittstelle zwischen Kunst, Architektur und Stadtgeschichte geben ihre Themenschwerpunkte wieder.

### Mag.<sup>a</sup> Angelika Doppelbauer, MA

Studium der Kunstgeschichte an der Universität Wien, Akademielehrgang Allgemeine Museumspädagogik an der Pädagogischen Akademie der Diözese Linz, ecm/educating-curating-managing Masterlehrgang für Ausstellungstheorie und -praxis an der Universität für angewandte Kunst Wien, jahrelange Erfahrung als Kunst- und Kulturvermittlerin.

2014 bis 2016 Leiterin der Kunstvermittlung im Museum Angerlehner in Thalheim bei Wels, 2017 bis 2020 Kulturvermittlerin im Oberösterreichischen Landesmuseum, 2020 bis 2021 Leiterin der Galerie Schloss Parz.

### Mag.<sup>a</sup> Ingrid Lughofer

Geboren in Linz, studierte Theaterwissenschaft sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien. Zunächst jahrelang in der Musiktheater-Regie in Wien, Augsburg und Kassel tätig, später als Dramaturgin bei den Bregenzer Festspielen, lebt sie nun als freie Theaterpädagogin, Kulturjournalistin und Dramaturgin in München.

### Dr.<sup>in</sup> Doris Prenn

#### Aktuelle Projekte:

Niederösterreichische Landesausstellung 2022:

Bereich Inklusion

Parlament: inklusive Pläne und Modelle, Eröffnung 2022

Museen der Stadt Wels: Jubiläumsausstellung *Wels 800. Geschichte einer Stadt*, 2022

Region Eferdinger Land: mobile Ausstellung *Wert der Lebensmittel*, Eröffnung 2023

Südtiroler Landesarchäologiemuseum Bozen: Dauerausstellung *Ötzi Facelifting zum 30 Jahre Jubiläum* – Eröffnung November 2021

Die von prenn\_punkt entwickelte inklusive Ausstellung *Nationalpark Zentrum Schloss Orth* für den Nationalpark DonauAuen wurde mit dem vom BhW NÖ ausgelobten Preis *Vorbild Barrierefreiheit 2021* ausgezeichnet.

prenn\_punkt trug zur Entwicklung taktiler Module und *i+ Die inklusive Museumslösung* zur Verleihung des *COME IN! Gütesiegels* für Inklusion im Museum Arbeitswelt bei.

Das von prenn\_punkt konzipierte und gestaltete Hoamat-haus Altenmarkt und das mit taktilen Modulen von prenn\_punkt ausgestattete Stille Nacht Museum Hallein wurden mit dem *Salzburger Museumsschlüssel 2019* ausgezeichnet. Auszeichnung des BhW NÖ für die inklusive Gestaltung der Wehrkirchenstraßendokumentation Edlitz mit dem *Vorbild Barrierefreiheit 2019*.

prenn\_punkt gewann für *i+ Die inklusive Museumslösung* den *Inklusionspreis 2018 der Lebenshilfe Österreich*.

Der von prenn\_punkt konzipierte und gestaltete inklusive Lern- und Gedenkort Charlotte-Taitl-Haus in Ried im Innkreis gewann den *complemento 2018 des ÖZIV*.

Die inklusive Orientierungsstation für das Museum Niederösterreich wurde vom BhW NÖ mit dem Preis *Vorbild Barrierefreiheit 2018* ausgezeichnet.