

Positionspapier.

Für eine professionelle Vermittlungsarbeit der Museen im digitalen Raum.

► Die Kulturvermittlung im digitalen Raum erweitert den Wirkungsraum der Museen.

Die Kulturvermittlung ist zentraler Baustein in der digitalen Transformation von Museen. Sie schafft neue Reichweiten und Sichtbarkeiten. Sie ermöglicht den Museen und den Nutzer*innen neue Formen von Vernetzung, Interaktion, Mitgestaltung und kulturellen Aktivitäten – auch unabhängig von zeitlichen oder örtlichen Grenzen. Gerade in Zeiten wachsender gesellschaftlicher Spannungen bieten sich Museen hier neue Gestaltungs- und Möglichkeitsräume.

► Rahmenbedingungen

Aus den fundierten Erfahrungen der Praxis heraus benennen die unterzeichnenden Verbände folgende Rahmenbedingungen für eine professionelle und nachhaltige Vermittlung im digitalen Raum:

1. DIE KULTURVERMITTLUNG IM DIGITALEN RAUM RICHTET SICH AN EINER KLAREN STRATEGIE AUS.

Angebote im digitalen Raum sind eine vollwertige Vermittlungsform mit eigenem Mehrwert, die integral zur Museumsarbeit gehört. Deshalb gilt es nun verstärkt, das Portfolio strategisch auszurichten: Welche Formate werden weitergeführt, welche kommen neu dazu und welche werden aufgegeben? Zielstellungen werden formuliert und priorisiert, Formate und Methoden hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen evaluiert – ohne experimentelle Ansätze aufzugeben. Die digitale Vermittlungsstrategie ist in die Gesamtstrategie des Museums eingebunden.

2. DIE KULTURVERMITTLUNG IM DIGITALEN RAUM FOLGT GUNDSÄTZLICHEN QUALITÄTSSTANDARDS.

Der digitale Raum verlangt eigene Konzepte. Methoden und Formate aus dem Analogen sind nicht unmittelbar übertragbar. Die Kulturvermittler*innen können auf weitreichende Kompetenzen zurückgreifen, doch sind auch neue Skills wie z.B. Medienproduktion oder souveräne Beherrschung digitaler Tools notwendig. Es gelten die grundlegenden Qualitätsstandards, wie sie in der [Salzburger Erklärung](#) formuliert sind. Hierzu gehören u.a. die Leitlinien der Publikumsorientierung, Inklusion und Partizipation.

3. DIE KULTURVERMITTLUNG IM DIGITALEN RAUM IST INSTITUTIONELL FEST VERANKERT UND FAIR ENTLOHNT.

Die Arbeit in und mit dem digitalen Raum benötigt eigene Ressourcen, insbesondere in den Bereichen Personal und Technik. Die Kulturvermittlung ist hierzu fest in der Organisationsstruktur des Museums verortet. Die entsprechenden Aufgaben sind in den Tätigkeitsbeschreibungen der Mitarbeiter*innen verankert und werden [fair](#) entlohnt. Um die vielfältigen Kompetenzen bestmöglich zu nutzen, bedarf es interdisziplinärer Teams, Kooperationen und struktureller Rahmenbedingungen, die Verlässlichkeit, Planungssicherheit und zugleich interne Flexibilität ermöglichen.

► Die Kulturvermittlung im digitalen Raum ist gekommen, um zu bleiben.

Bregenz, 12. Mai 2022

Dr. Elke Kollar
Bundesverband
Museumspädagogik e.V.

**Christine Brehm und
Dr. Monika Holzer-
Kernbichler**
CECA | ICOM International
Committee for Education and
Cultural Action, Deutschland
und Österreich

Aline Minder
mediamus – Schweizerischer
Verband der Fachleute für
Bildung und Vermittlung im
Museum

Sandra Kobel
Österreichischer Verband
der KulturvermittlerInnen im
Museums- und Ausstellungs-
wesen

