

GEBORGENHEIT + GESPRÄCHE + WERTSCHÄTZUNG
BARRIEREFREIHEIT + FLEXIBILITÄT + KONTRASTE
GEMÄLDE + OBJEKT + TASTEN + SEHEN + BEFÜHLEN
AKUSTIK + RIECHEN + BEDÜRFNISSE + FÜHRUNG
KAFFEEERUNDE + EXPONAT + MODERATION + KUNST
LIEBLINGSBLUME + BEGRÜSSEN + VERABSCHIEDEN
SINNE +

KONTUREN +

GESTEN +

B-SCHEIN +

TEILHABE +

POTENZIALE +

EMOTIONEN +

GESCHENK + ATELIER + ZEICHNEN + TIERFELL

PUZZLE + FORMEN + FARBEN + MIMIK + MUSIK

LIEDER + REQUISITEN + MATERIALIEN + SAMMLUNG

ERINNERUNGEN + BEGLEITPERSON + ROLLATOR

VERNETZUNG + EINTRITT + QUIZ + ANGEHÖRIGE

INKLUSION + MARKETING + DEMENZ + VERMITTLUNG

SCHAMGEFÜHL + HÄNDEREICHEN + KOOPERATION

MUSEUMS- ERLEBNISSE FÜR MENSCHEN MIT DEMENZ

EIN
LEITFADEN

Herausgegeben vom
Museumsverband des
Landes Brandenburg e.V.

**MUSEUMS-
ERLEBNISSE
FÜR
MENSCHEN
MIT DEMENZ**

Impressum

Herausgeber

Museumsverband
des Landes Brandenburg e.V.
Am Bassin 3
14467 Potsdam
Telefon: 0331 · 232 79 11
info@museen-brandenburg.de
www.museen-brandenburg.de

Kooperationspartner

Kompetenzzentrum Demenz
für das Land Brandenburg
In Trägerschaft der Alzheimer-
Gesellschaft Brandenburg e.V.
Stephensonstraße 24–26
14482 Potsdam
Telefon: 0331 · 704 37 47
buero@demenz-brandenburg.de
www.demenz-brandenburg.de

Konzeption und Text

Louisa May, Potsdam

Redaktion

Dr. Susanne Köstering
Arne Lindemann
Alexander Sachse

Gestaltung

Jürgen Freter

Auflage

400 Exemplare

© 2019

Museumsverband des
Landes Brandenburg e.V.

Bildnachweis

Alzheimer-Gesellschaft

Brandenburg e.V.

S. 7 (Foto: B. Neumann)

Elisabeth Claussen-Greim · Louisa May

S. 14, 15, 22, 23

Museumsverband des Landes

Brandenburg e.V.

Privatsammlung S. 19



Gefördert mit Mitteln des
Ministerium für Arbeit, Soziales,
Gesundheit, Frauen und Familie
des Landes Brandenburg und des
Ministeriums für Wissenschaft,
Forschung und Kultur des
Landes Brandenburg



**MUSEUMS-
ERLEBNISSE
FÜR
MENSCHEN
MIT DEMENZ**

**EIN
LEITFADEN**



**Museumsverband
des Landes
Brandenburg e.V.**

Inhalt

- 5 **Vorwort**
- 6 **Menschen mit Demenz • Besonderheiten, Herausforderungen, Chancen**
- 8 **Die besondere Führung**
 - 8 Die Auswahl von passenden Räumlichkeiten und Exponaten
- 10 Das Führungskonzept
- 13 Der Praxisteil
- 18 **Die sinnesorientierte Vermittlung**
 - 22 Requisiten und Zusatzmaterialien
- 26 **Die Rolle von Begleitpersonen**
- 27 **Organisation**
 - 27 Anmeldungen
 - 27 Eintritt, Honorare
 - 28 Vernetzung
 - 30 Marketing
- 32 **Literaturhinweise**
- 32 **Kontaktadressen**

Vorwort

Im Januar 2018 initiierte das *Kompetenzzentrum Demenz für das Land Brandenburg* das Pilotprojekt „Museumserlebnisse für Menschen mit Demenz“. Kooperationspartner und Träger des Projekts wurde der Museumsverband des Landes Brandenburg e.V.. Dank der finanziellen Förderung des brandenburgischen Ministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Familie konnte das Projekt im Laufe des Jahres 2018 erfolgreich durchgeführt und abgeschlossen werden. Die Kunsthistorikerin Elisabeth Claussen-Greim und die Kunst- und Kulturvermittlerin Louisa May entwickelten spezielle Vermittlungsangebote für Menschen mit Demenz und deren Angehörige im Potsdam Museum – Forum für Kunst und Geschichte, im Museum Barberini und im Naturkundemuseum Potsdam. Die Angebote bezogen sich auf die Bereiche Kunst, Natur und Geschichte. Es wurden zwei verschiedene Arten von Vermittlungsprogrammen konzipiert: Im ersten Halbjahr wurden in den beteiligten Museen jeweils drei Führungen durchgeführt und im zweiten Halbjahr wurden Führungen mit anschließender praktischer Betätigung angeboten.

Ziel des Projekts war es, den Teilnehmer*innen durch die Auseinandersetzung mit künstlerisch-kulturellen Inhalten soziale und kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Darüber hinaus sollte das Pilotprojekt Vorbild für andere Museen sein und sie anregen, ebenfalls Angebote für Menschen mit Demenz zu etablieren.

Dieser Praxisleitfaden beruht auf den Erfahrungen, die wir im Pilotprojekt gemacht haben. Er soll Akteur*innen vor Ort konkrete Hilfestellungen an die Hand geben. Alle hier vorgestellten Tipps und Hinweise wurden in der Praxis erprobt. Sie sollen Ihnen als Anregungen dienen und Sie motivieren, für diese Zielgruppe aktiv zu werden.

Elisabeth Claussen-Greim und Louisa May

Brigitta Neumann

Kompetenzzentrum Demenz für das Land Brandenburg

Dr. Susanne Köstering · Arne Lindemann

Museumsverband des Landes Brandenburg e.V.

Potsdam, Juli 2019

Menschen mit Demenz – Besonderheiten, Herausforderungen, Chancen

„Das Herz wird nicht dement.“¹ Dieser Satz sagt Entscheidendes über Menschen mit Demenz aus. Nicht selten stehen in Hinblick auf Demenz vor allem die Defizite von Menschen im Vordergrund. Der Funktions- und Leistungsabbau ist präsent, während die individuellen Potenziale der betroffenen Menschen häufig weniger wahrgenommen werden. Eine Demenz ändert nichts daran, dass die Begabungen und Neigungen von Menschen individuell verschieden sind.

Die verschiedenen Demenzformen, wie zum Beispiel die Alzheimer Demenz oder die Vaskuläre Demenz, betreffen das Gehirn und werden durch den Abbau von Nervenzellen verursacht. Auf diese Weise führt der demenzielle Prozess zu Veränderungen der kognitiven Fähigkeiten. Die emotionale Wahrnehmung und die Artikulation von Emotionen hingegen sind dagegen nicht oder erst sehr spät von Veränderungen betroffen. Es wird davon ausgegangen, dass Menschen mit Demenz über den gesamten Verlauf der Demenz ein emotionales Erleben haben.²

Zudem wirken Menschen mit Demenz gegenwartsbezogener. Sie sind mit ihrer Wahrnehmung ganz im „Hier und Jetzt“ verankert und beschäftigen sich mit großer Hingabe mit dem, was im Augenblick passiert. Darüber hinaus bringen sie ihre Emotionen und Eindrücke oft unmittelbar zum Ausdruck, was bei einem Gespräch im Museum zu einem sehr direkten und intensiven Austausch führen kann.³

Inwieweit sich die Artikulationsfähigkeit verändert, hängt von der Demenzform ab. Die Veränderungen verlaufen sehr unterschiedlich. In den meisten Fällen sind die Betroffenen noch sehr lange in der Lage sich zu artikulieren, wenn das Umfeld bereit ist, die Kommunikation entsprechend anzupassen. Während sich manche Menschen mit Demenz noch gut verbal äußern können, fällt es anderen zunehmend schwer, mit Worten zu kommunizieren, obwohl sie noch aktiv mitdenken und kognitiv folgen können.⁴

Zusätzlich sind viele Menschen mit Demenz von Hör- und Sehbeeinträchtigungen betroffen, was die Verständigung erschweren kann.

1. Udo Baer und Gabi Schotte-Lange: *Das Herz wird nicht dement: Rat für Pflegende und Angehörige.* Weinheim 2013.

2. Vgl. Michael Ganß, Sybille Kastner und Peter Sinapius: *Transformation – Kunstvermittlung für Menschen mit Demenz. Kernpunkte einer Didaktik.* Berlin/Hamburg 2016, S. 18.

3. Ebenda, S. 19

4. Ebenda, S. 17



Bevor man Führungen für Menschen mit Demenz anbietet und umsetzt, ist es ratsam, die Zielgruppe näher kennenzulernen. Viele Pflegeeinrichtungen, Betreuungsgruppen oder Demenz-WGs sind offen für Hospitationen.

Die besondere Führung

Die Auswahl von passenden Räumlichkeiten und Exponaten

Für das Gelingen der Führung ist die passende Auswahl der Räumlichkeiten entscheidend. Die Räume sollten barrierefrei zu erreichen sein und genug Platz für eine Gruppe von Teilnehmer*innen bieten, die auf den Rollator oder den Rollstuhl angewiesen sind. Ebenso wichtig sind eine gute Ausleuchtung und eine angenehme Akustik. Daher bieten sich Räume an, die nicht so stark von anderen Besucher*innen des Museums genutzt werden und die keinen Durchgangscharakter besitzen. Öffnungszeiten mit wenig Besucherandrang sind für die Führungen von Vorteil. Zwischen den ausgewählten Exponaten sollten nur kurze Wege liegen, da diese von Teilnehmer*innen mit Rollatoren oder Rollstühlen besser bewältigt werden können, was das Aufkommen von Unruhe verhindert.

Wichtig für die Zielgruppe ist es außerdem, dass während der Führung genügend Sitzmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Hier bieten sich zum Beispiel transportable Klapphocker an.

Viele Menschen mit Demenz sind von Sehbeeinträchtigungen betroffen. Bei der Auswahl der Exponate ist deshalb neben der guten Erreichbarkeit mit kurzen Wegen und einer möglichst ruhigen Gesamtsituation wichtig, dass die Exponate von einer sitzenden Position aus betrachtet werden können, gut ausgeleuchtet sind und keine Lichtspiegelungen stören. Die Exponate sollten klare Konturen und Kontraste aufweisen. Ob sich bestimmte Objekte oder Kunstwerke für Führungen für Menschen mit Demenz eignen oder nicht eignen, ist schwer verallgemeinernd zu beantworten. Im Bereich der Kunstvermittlung hat die Erfahrung zum Beispiel gezeigt, dass sowohl Werke mit gegenständlichem Sujet (Symbolen, Personen, Tiere, Landschaften) als auch abstrakte Werke die Teilnehmer*innen zu einem Austausch anregen können.

Falls Honorarkräfte in die Führungen eingebunden werden, ist vorab der enge Austausch mit den Museumspädagog*innen des Museums unabdingbar. Externe Kräfte können zur Vorbereitung ihrer Arbeit z. B. bei einer regulären Führung durch die Ausstellung hospitieren und über Begleitmaterialien wie einen Audio-guide die Inhalte der Ausstellungen kennenlernen.

Tipps zur Auswahl von Räumen und Exponaten

- Die Räume sollten mit dem Rollstuhl oder Rollator gut zu erreichen sein und genug Platz für eine größere Gruppe bieten.
- Lange Wege sollten grundsätzlich vermieden werden.
- Während der Führung sollten ausreichend Sitzmöglichkeiten (z.B. Klapphocker) zur Verfügung stehen.
- Die Räume sollten nicht zu dunkel sein und eine angenehme Akustik haben.
- Die Räume sollten ruhig sein. Durchgangssituationen sollten vermieden werden.
- Das Angebot sollte während eines niedrigen Besucher-aufkommens stattfinden.
- Die Exponate sollten sich in einer gut sichtbaren Höhe befinden, ausreichend ausgeleuchtet sein und nicht spiegeln.
- Die Exponate sollten kontrastreich sein und klare Konturen aufweisen.
- Falls die Angebote von externen Kräften vorbereitet werden, ist für die Erarbeitung eines Führungskonzepts ein Austausch mit den Museumspädagog*innen der Einrichtungen sehr hilfreich, ebenso können Aufzeichnungen zur Ausstellung oder ein Audioguide bei der inhaltlichen Erarbeitung der Führung helfen.

Das Führungskonzept

Im Pilotprojekt wurden bei den Führungen jeweils zwei Vermittler*innen eingesetzt. Dies ist besonders dann hilfreich, wenn es für die Vermittler*innen der erste Umgang mit dieser Zielgruppe ist und noch Unsicherheiten bestehen. Aber auch generell kann es sinnvoll sein, zu zweit aufzutreten: Auf diese Weise kann besser auf die einzelnen Teilnehmer*innen und deren Bedürfnisse eingegangen werden. Während ein/e Vermittler*in die Rolle der Moderatorin bzw. des Moderators einnimmt und die Führung anleitet, kann sich der/die andere Vermittler*in bei den Teilnehmer*innen aufhalten, auf diese eingehen, sie animieren oder Aussagen laut für die Gruppe wiederholen.

Die Führung beginnt mit der Ankunft der Gruppe. Die Vermittler*innen heißen die Teilnehmer*innen willkommen, stellen sich vor, weisen auf die Garderobe und die Toiletten hin und stimmen auf die Führung ein. Die später in der Führung vorkommenden Materialien (vgl. Kapitel „Requisiten und Zusatzmaterialien“) können hier bereits eingebaut werden, um die Teilnehmer*innen thematisch anzuregen. Für das Ankommen sollten 15–20 Minuten eingeplant werden.

Für die Kommunikation mit den Teilnehmer*innen kann es von Vorteil sein, die Namen der einzelnen Personen zu kennen. Hier helfen Namensschilder, die vor Beginn der Führung mit Hilfe der Begleitpersonen verteilt werden. Die Erfahrung hat allerdings gezeigt, dass dies von den Teilnehmenden nicht immer gewünscht ist. Unerlässlich ist es aber, dass die Vermittler*innen Namensschilder tragen, um jederzeit direkt ansprechbar zu sein.

Eine Führung für Menschen mit Demenz sollte eine Zeitspanne von circa 60 Minuten nicht überschreiten. Danach nimmt die Konzentration der Teilnehmer*innen deutlich ab. Pro vorzustellendem Exponat sind circa 15 bis 20 Minuten einzuplanen, so dass insgesamt drei bis vier Exponate besprochen werden können.

Wie grundsätzlich bei Führungen ist es auch hier wichtig, im Vorfeld einen roten Faden zu definieren, der die behandelten Exponate miteinander verbindet. Es kann allerdings vorkommen, dass das letzte Exponat aus zeitlichen Gründen nicht mehr

betrachtet werden kann oder dass ein anderes Exponat, das nicht für die Führung eingeplant war, große Aufmerksamkeit auf sich zieht. Hier gilt es, als Vermittler*in flexibel zu reagieren, ohne dabei den vorher ausgearbeiteten Führungsablauf aus den Augen zu verlieren.

Bei Führungen für Menschen mit Demenz steht vor allem der Austausch unter und mit den Teilnehmer*innen im Vordergrund. Es geht darum, in einen Dialog zu treten und als Vermittler*in eine moderierende Rolle einzunehmen. Bei diesem Dialog ist es wichtig die Kommunikation den Bedürfnissen der Zielgruppe anzupassen. Dies bedeutet, kurze und klare Sätze zu bilden, leichte bzw. einfache Sprache zu verwenden, laut und deutlich zu sprechen und offene Fragen zu stellen. Die Vermittlung von vielen Zahlen und Fakten ist bei der Arbeit mit Menschen mit Demenz nicht zielführend. Vielmehr genügt es, die wichtigsten Informationen komprimiert zu vermitteln.

Der Dialog über ein Exponat wird besonders dadurch angeregt, dass persönliche und menschliche Aspekte angesprochen oder das Objekt betreffende kurzweilige und witzige Anekdoten erzählt werden. Ein wirksames Mittel ist es auch, das Menschliche und Persönliche auf die Teilnehmer*innen zu „übertragen“: „Die Künstlerin XY liebte die Blumen und die Natur und hat auf vielen Gemälden Blumen dargestellt – welche ist denn Ihre Lieblingsblume?“

An die Führung schließen sich der Abschied und der Weg zurück in den Alltag an. Sowohl die Begleitpersonen als auch die Teilnehmer*innen mit Demenz können nun gefragt werden, wie ihnen die Führung gefallen hat. Auch für diesen Teil sollten circa 15 Minuten eingeplant werden. Sowohl bei der Begrüßung als auch bei der Verabschiedung sind es die kleinen Gesten, die den Teilnehmenden ein Gefühl von Wertschätzung und Geborgenheit vermitteln können. Dazu kann es schon gehören, allen Teilnehmenden die Hand zu reichen und sich dafür zu bedanken, dass sie gekommen sind. Als besonders schön und wertschätzend wurde es im Pilotprojekt von den Teilnehmer*innen aufgenommen, wenn sie am Ende noch eine Kleinigkeit geschenkt bekamen. So können beispielsweise Postkarten, die thematisch zur Führung passen, verteilt werden.

Tipps zum Führungskonzept

- Die Länge der Führung sollte 60 Minuten nicht überschreiten.
- In diesem Zeitraum können drei bis vier Exponate behandelt werden (15 bis 20 Minuten pro Exponat).
- Ein roter Faden zum Führungsablauf ist hilfreich, jedoch ist es ebenso wichtig, flexibel und offen für Abweichungen zu sein.
- Falls möglich, sollte mit zwei Vermittler*innen gearbeitet werden, um besser auf die Bedürfnisse der Teilnehmer*innen einzugehen und um die Kommunikation in der Gruppe zu fördern.
- Unterstützend für die Kommunikation bzw. den Austausch kann der Einsatz von Namensschildern sein. Dies sollte jedoch vorher mit den Teilnehmer*innen besprochen werden.
- Abgesehen vom „Hauptteil“, der Führung, nehmen das Ankommen und der Abschied eine wichtige Rolle ein, da sie eine entscheidende Verbindung zwischen dem Alltag und dem Angebot darstellen.
- Um Wertschätzung und Geborgenheit zu vermitteln, sollte auf kleine Gesten wie das Händereichen Wert gelegt werden.
- Als besonders schön werden von den Teilnehmer*innen kleine Geschenke (wie z. B. Postkarten) aufgenommen.

Der Praxisteil

Während der Führungen zeigte sich immer deutlicher, wie wichtig der Austausch unter den Teilnehmer*innen ist und wie gern sie haptisch arbeiten (vgl. „Die sinnesorientierte Vermittlung“). So entstand die Idee, Führungen mit anschließendem Workshop/Praxisteil anzubieten. Die Führungen wurden auf 45 Minuten gekürzt, die Anzahl der zu behandelnden Objekte auf drei reduziert. Daran schloss sich ein ebenfalls 45-minütiger Praxisteil an.

Der Praxisteil fand in den museumspädagogischen Räumen bzw. im Atelier des jeweiligen Museums statt und befasste sich mit dem Thema der vorangegangenen Führung. Für den Bereich Kunst wurde beispielsweise zum Malen eingeladen. Gemalt wurde mit Buntstiften, um Verschmutzungen an der Kleidung zu verhindern. Es können Schablonen oder Vorlagen zum Ausmalen angeboten werden, oder die Teilnehmer*innen malen frei und eigenständig auf weißem Zeichenpapier.

Teilnehmer*innen, die während der Führung einen eher abwesenden Eindruck machen, können beim Malen wach und konzentriert sein und eigenständig arbeiten. Das Malen kann der gesamten Gruppe eine gewisse Ruhe verleihen und die Kommunikation fördern. Außerdem entwickeln sich zwischen Teilnehmer*innen, die sich zuvor nicht kannten, Gespräche über die eigenen Werke. Der Atelierbesuch trägt dazu bei, dass sich die Teilnehmenden und ihre Begleitpersonen auf Augenhöhe begegnen und die Potenziale der Teilnehmer*innen mit Demenz verstärkt zur Geltung kommen.

Neben dem Atelierbesuch hat sich im Pilotprojekt als weiteres Praxisformat ein abschließendes Beisammensein mit Kaffee und Kuchen bewährt. Neben dem Gespräch über die in der Führung behandelten Themen, kann die Kaffeerunde kreativ ausgestaltet werden, zum Beispiel mit einem Puzzle. Dafür werden im Vorfeld verschiedene Motive, die thematisch zu der vorherigen Führung passen, ausgedruckt und in mehrere, nicht zu kleine Teile zerschnitten. Die Teilnehmer*innen können am Tisch an den Puzzles arbeiten.

Die fertig gestalteten Werke werden von den Teilnehmer*innen unterschrieben und mit nach Hause genommen.



Nach dem Kaffeetrinken
wird im Potsdam Museum
gepuzzelt.



Während des Kaffeetrinkens können auch noch einmal Objekte gezeigt werden – in einem Naturkundemuseum z. B. Tierpräparate – die bereits in der Führung thematisiert wurden. Außerdem gibt es die Möglichkeit, eine Postkarte mit einem passenden (Tier-)Motiv entweder vor Ort oder zu Hause auszumalen.

Während des Praxisteils kann Persönliches ausgetauscht werden, wofür während einer einfachen Führung nicht genug Raum ist. Darüber hinaus steht ausreichend Zeit für Nachfragen zu den Themen der Führung, zum Museum, zu den Räumlichkeiten, den Ausstellungen oder auch zur Museumspädagogik zur Verfügung. Das gemeinsame Gespräch und das aktive gemeinsame Arbeiten im Praxisteil wirkt sich sowohl positiv auf das Verhältnis unter den Teilnehmer*innen als auch auf die Beziehung zwischen den Teilnehmer*innen und ihren Begleitpersonen aus. Das Format der „Kaffeerunde“ ist in vielen Museen, auch in Museen ohne museumspädagogische Räume oder Ateliers, gut durchführbar und von der thematischen Ausgestaltung sehr flexibel.

Tipps zum Praxisteil

- Der Praxisteil bietet sich als Abschluss bzw. als Anschluss an die Führung an.
- Je nach Art des Museums können unterschiedliche Formate passend sein (im Kunstmuseum z. B. ein Atelierbesuch).
- Im Großen und Ganzen ist bei dieser Zielgruppe aber vor allem das „klassische“ Kaffeetrinken mit Kuchen passend.
- Während des Kaffeetrinkens können kleinere kreative Interventionen noch einmal das zuvor in der Führung Erlebte aufgreifen (Materialien, Musik oder einfache Quizze und Puzzles).

Zeit Inhalt

- 15–20 min **Ankommen**
- Willkommensrunde
 - Kennenlernen (ggf. Namensschilder verteilen)
 - persönlicher Austausch
 - Überleitung zur Führung
- 60 min **Führung und Vermittlung** (bei Praxisteil 45 min)
- Konzentration auf die Sinne und Emotionen
 - gemeinsame Betrachtung der Exponate
- 45 min **Praxisteil**
- thematisch passend auf die vorherige Führung eingehen
 - z.B. Kaffeetrinken, malen, puzzeln
- 15–20 min **Verabschiedung**
- Bogen in den Alltag schlagen
 - möglicherweise Feedback zum Angebot

Die sinnesorientierte Vermittlung

Museumsangebote für Menschen mit Demenz sollten sinnesorientiert sein und anstelle des Kognitiven und Verbalen auf das Emotionale und Nonverbale fokussieren. Im Vordergrund steht für die Teilnehmer*innen daher die sinnliche Erfahrung an den Exponaten. Wurden gut erkennbare Objekte für die Vermittlung ausgewählt und war eine ruhige Atmosphäre geschaffen, ist die Basis für eine sinnesorientierte Vermittlung gelegt. Wie diese konkret ablaufen kann, soll am Beispiel des Gemäldes *Weißer Klang* von Wassily Kandinsky gezeigt werden.

Für den/die Vermittler*in besteht zunächst die Aufgabe, am Objekt verschiedene Elemente auszuwählen, die im Rahmen der Vermittlung Schritt für Schritt erarbeitet werden. Auch hier ist es wichtig sich klar zu machen, dass es in der Praxis zu Abweichungen vom „Fahrplan“ kommen kann und Flexibilität gefragt ist.

Die Vermittlung kann mit der allgemeinen Frage eröffnet werden: „Was können Sie alles auf dem Gemälde entdecken?“ In vielen Fällen werden die Teilnehmer*innen als erstes die Personen im Vordergrund nennen. Die Vermittlerin wiederholt die Antworten der Teilnehmer*innen noch einmal laut und verortet sie am Werk. Dies macht es für die anderen Teilnehmer*innen einfacher, an das bereits Gesagte anzuknüpfen.

Beim Gemälde von Kandinsky könnte dies bedeuten: „Sie entdecken im Vordergrund des Bildes also drei Personen. Eine sitzende mit einem rosa Oberkörper auf der linken Seite, eine andere mit einem rosa Oberkörper, die noch etwas auf dem Arm zu halten scheint und eine liegende davor mit einem sehr dunklen Oberkörper – das haben Sie sehr gut erkannt!“

Wie diese Aussage veranschaulicht, ist es gut, den Teilnehmer*innen mit Demenz im Rahmen der Vermittlung etwas Wertschätzendes und Bestätigendes entgegenzubringen. Anders als in vielen anderen Bereichen des alltäglichen Lebens, die für Menschen mit Demenz nicht mehr so funktionieren wie früher und deshalb womöglich Frustration erzeugen oder Ängste schüren, gibt es bei der Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur kein „Richtig“ oder „Falsch“. Die individuellen Eindrücke



Wassily
Kandinsky:
Weißer Klang
1908

und Empfindungen zählen und sollten deshalb als etwas Wertvolles und vollkommen Richtiges anerkannt werden. Dies wirkt sich merklich auf das Wohlbefinden und das Selbstwertgefühl der Teilnehmer*innen aus.

Wenn es darum geht, die Mimik oder Gestik von Figuren in Gemälden oder auch von Skulpturen näher zu betrachten, können diese durch die/den Vermittler*in „nachgestellt“ werden, wobei die Teilnehmer*innen aktiv mit einbezogen werden können: „Wie genau hält die Figur ihren Arm? Wohin schaut sie?“ Um sich Figuren (sowohl als Skulptur als auch in Gemälden) zu nähern, kann man auch Fragen stellen wie: „Wie könnte sich der dargestellte Mann fühlen? Wie ist seine Stimmung?“

Nach den Figuren im Vordergrund geht es weiter zum Hintergrund des Gemäldes. Auf die Frage, was sich alles hier abspielt, können sehr verschiedene Antworten gegeben werden. Zum einen wird auf die dunklen, vertikalen Striche eingegangen, die teilweise als Bettgestell, teilweise aber auch als Bäume interpretiert wurden. Zum anderen wird die dreieckige Form erkannt und als Dach gedeutet oder die orangefarbige Fläche mit den Zacken entdeckt und mit Feuer in Verbindung gebracht. Die runde helle Fläche wird von den meisten Teilnehmer*innen mit einer Lichtung oder dem Mond assoziiert. An dieser Stelle kann ein Bogen zum Titel des Werks *Weißer Klang* und zum Künstler geschlagen werden.

Wurde die Frage „Was ist zu sehen?“ soweit beantwortet, kann es darum gehen, auf welche Weise das Werk geschaffen wurde. Im Fall von Kandinskys Gemälde wird z. B. die Frage gestellt: „Welche Farben sehen sie in dem Gemälde?“. Da für Kandinsky als Synästhet die Farben eine wesentliche Rolle eingenommen haben, sollte dies im Rahmen der Vermittlung aufgegriffen werden. In diesem Zusammenhang ist der Einsatz von Requisiten und Zusatzmaterialien ein zentraler Punkt

Tipps zur Kommunikation für Vermittler*innen

- Aussagen der Teilnehmer*innen sollten für die Gruppe laut wiederholt und wenn möglich direkt am Exponat verortet werden.
- Die Vermittler*innen sollten offene Fragen und Nachfragen stellen. („Was können Sie sehen?“, „Was können Sie noch entdecken?“)
- Sie sollten schweigsame Teilnehmer*innen animieren und ansprechen, jedoch auch stilles Betrachten akzeptieren.
- Sie sollten eine wertschätzende Sprache gegenüber den Teilnehmer*innen verwenden. („Das haben Sie sehr gut erkannt!“)
- Die Vermittler*innen sollten sich auf die sprachlichen Fähigkeiten und den sprachlichen Ausdruck der Teilnehmer*innen einstellen.
- Sie sollten langsam und deutlich sprechen und sich Zeit nehmen.
- Sie sollten sowohl eigene Pausen einbauen, als auch Pausen der Teilnehmer*innen „aushalten“.

Requisiten und Zusatzmaterialien

Um während der Führung oder dem Praxisteil eine sinnliche Erfahrung für Menschen mit Demenz zu schaffen, ist der Einsatz von zusätzlichen Materialien wichtig. Diese können helfen, verschiedene Aspekte, die im oder am Werk zu sehen sind, herauszuheben und zu veranschaulichen.

Die Teilnehmer*innen singen gemeinsam ein Lied. Wichtig ist, den Liedtext in ausreichender Zahl und in großer Schrift auszudrucken.

Während der Betrachtung eines Gemäldes kann z.B. ein Foto herumgegeben werden, auf dem der/die Künstler*in zu sehen ist. Mit den Teilnehmer*innen kann dann über die Biographie gesprochen werden. Fotografien und Bilder sind allerdings wegen der häufigen Sehbeeinträchtigungen bei dieser Zielgruppe nur bedingt geeignet.





Insbesondere wenn die Exponate selbst nicht angefasst werden dürfen oder sich in einer Vitrine befinden, die ggf. spiegelt, bereichert es die Vermittlung, Requisiten einzubauen, die befühlt und genauer betrachtet werden können.

In Bezug auf Materialien kann es hilfreich sein, in manchen Fällen abstrakter zu denken. Um zu verdeutlichen, wie schwer die Beute eines Seeadlers sein kann, damit er sie während des Fluges noch mit seinen Krallen festhalten kann, wurde ein Beutel mit Sand befüllt.



Es sollte deshalb überlegt werden, inwieweit bei der Vermittlung eines Exponates ebenso olfaktorische, akustische oder haptische Wahrnehmungen angeregt werden können. Dies ist je nach Sammlungsbestand des Museums auf ganz unterschiedliche Weise möglich: beispielsweise können aus naturkundlichen Sammlungen Felle oder Federn zum Befühlen, Vogelstimmen zum Hören und Kräuter zum Riechen die Vermittlung bereichern. Es kann auch gemeinsam ein passendes Lied gesungen werden. Dies kann dazu beitragen, die Teilnehmer*innen zu aktivieren und Erinnerungen und Emotionen anzusprechen.

Aus einer kulturhistorischen Sammlung unterstützen z.B. historische Kleidung (zum Befühlen) oder historische Musik die Vermittlung. In einer Kunstausstellung, wo u. a. Gemälde, Fotografien und Skulpturen zu sehen sind, können einerseits Materialien eingebracht werden, die veranschaulichen, *was* zu sehen ist (z. B. eine Blume, die in einem Gemälde auftaucht), andererseits können eingesetzte Materialien deutlich machen, *wie* ein Exponat gestaltet wurde. Bei einem Gemälde kann mithilfe von Materialien näher auf die Farben bzw. auf das künstlerische Arbeiten damit eingegangen werden. Je klarer und kontrastreicher die Farben eines Gemäldes sind, desto besser können Menschen mit Demenz diese wahrnehmen. Zudem werden in den meisten Fällen hellere bzw. wärmere Farben als positiv bewertet, wohingegen kühlere und dunklere Farben von den Teilnehmer*innen eher mit Negativem assoziiert werden.

Zum Werk von Kandinsky wurde im Projekt Tonpapier als Material eingesetzt. Ein gelbes, ein hellblaues und ein dunkelblaues Tonpapier wurden ausgewählt, da diese Farben für Kandinsky eine besondere Rolle eingenommen haben: Angeblich hat er die Farbe Gelb mit dem Klang einer Trompete, ein helles Blau mit Flötenmusik und ein dunkles Blau mit den Klängen eines Cellos verbunden. In der Führung wurden nacheinander die verschiedenen farbigen Tonpapiere hochgehalten und die Teilnehmer*innen gefragt, nach welchem Instrument diese Farbe für sie klingen würde. Zur Auflösung wurde ein kurzes Musikstück des passenden Instrumentes vorgespielt.

Im Umgang mit Materialien sollte sowohl auf die Qualität als auch auf die Quantität geachtet werden. Fotografien oder Bilder, die zum Zeigen herumgereicht werden, sollten laminiert oder durch eine Folie vor Gebrauchsspuren geschützt werden. Darüber hinaus ist es sinnvoll, jeweils mehrere Exemplare heruzugeben, um auf diese Weise längere Wartezeit zu umgehen. Außerdem ist es bei akustischem Material wichtig, dass es laut genug abgespielt wird.

Durch den Einsatz von Zusatzmaterialien können auch Teilnehmer*innen erreicht werden, die beim Reden über ein Werk eher still und abwesend gewirkt haben. Das Streichen über eine Feder oder das Hören von Musik lässt manche Teilnehmer*innen förmlich aufwachen und löst bei ihnen Gefühle aus, die durch rein verbale Kommunikation nicht hätten entstehen können.

Tipps zu den Materialien

- Bei jedem Exponat in der Führung sollte überlegt werden, ob und inwieweit es durch Materialien auf sinnliche Weise unterstützt werden kann.
- Insbesondere wenn ein Original nicht angefasst werden kann, ist es sinnvoll, Materialien zu verwenden.
- Materialien können auch eingesetzt werden, um zu zeigen, *wie* ein Exponat erschaffen wurde (z. B. Maltechniken im Kunstmuseum oder Präparationsutensilien im Naturkundemuseum).
- Materialien sollten (wenn möglich) bei größeren Gruppen mehrfach vorhanden sein und eine gute Qualität aufweisen (deutliche Fotos, große Schrift, hohe Lautstärke bei Musik).
- Es kann sinnvoll sein, zu abstrahieren und Materialien zur Veranschaulichung, z. B. für ein Gewicht, einzusetzen.

Die Rolle von Begleitpersonen

Neben den Teilnehmer*innen mit Demenz nehmen deren Begleitpersonen beim Vermittlungsangebot eine wichtige Rolle ein. Zum einen bieten sie eine wichtige Hilfe und Unterstützung für die Vermittler*innen, da sie die Teilnehmer*innen mit Demenz gut kennen und in herausfordernden Situationen passend agieren können. Insbesondere größere Gruppen sind ohne Begleitpersonen nur schwer zu betreuen. Das betrifft Situationen wie Toilettengänge, das Ab- und Anlegen der Garderobe oder die Koordination der Wege mit den Teilnehmer*innen, die im Rollstuhl sitzen oder auf den Rollator angewiesen sind. Deshalb sollte daher schon bei der Begrüßung der Teilnehmer*innen die Bitte an die Begleitpersonen herangetragen werden, den Vermittler*innen während der Führung unterstützend zur Seite zu stehen.

Nach unseren Erfahrungen ist vor allem Ehepartner*innen, die ihren Partner mit Demenz bei der Führung begleiten, anzumerken, wie sehr sie sich freuen, als Paar jenseits der Demenzerkrankung wahrgenommen und wertgeschätzt zu werden. Nicht die Krankheit steht im Vordergrund, sondern die Person. Darüber hinaus sind die Ehepartner*innen für Menschen mit Demenz wichtige Bezugspersonen, die ihnen in einer fremden Situation Sicherheit geben.

Es sollte deshalb während der Führungen oder auch während eines Praxisteils darauf geachtet werden, neben den Teilnehmer*innen mit Demenz ebenso den Begleitpersonen Aufmerksamkeit und Gehör zu schenken. Jedoch wird es auch Situationen geben, in denen die Begleitpersonen zu dominant sind und sich zu sehr zu Wort melden. Es daher zu empfehlen, gleich zu Beginn der Führung zu betonen, wer bei der Führung die Hauptpersonen sind.

Organisation

Anmeldungen

Bereits bei der Anmeldung zum Museumsangebot müssen die Teilnehmer*innen über wichtige Basisdaten informiert werden (Allgemeines zum Museum, Parkplätze und Bus- und Bahnhofstestellen in der Nähe, Kosten und Dauer der Veranstaltung). Ebenso wichtig ist es, gleich bei der Anmeldung Informationen über die Teilnehmer*innen zu erfragen:

- Wie viele Personen mit Demenz kommen und wie viele Begleitpersonen?
- Wie viele Personen sitzen im Rollstuhl oder sind auf den Rollator angewiesen?
- Wie können wir kurzfristig eine zuständige Person (am besten per Mobiltelefon) erreichen, falls es zu Änderungen kommt?

Es ist selbstverständlich auch möglich, öffentliche Führungen ohne vorherige Anmeldung anzubieten. Allerdings zeigt die Praxis, dass diese Führungen wegen mangelnder Teilnahme häufig nicht stattfinden können. Erfolgversprechender ist es, den engen Kontakt zu Pflegeeinrichtungen bzw. Organisationen für Menschen mit einer Demenzerkrankung zu suchen und über diese die Anmeldungen für die Termine zu koordinieren (vgl. „Vernetzung“). Auf diese Weise kann auch die Personenanzahl pro Führungstermin optimal angepasst werden.

Eintritt, Honorare

Teilnehmer*innen einer Museumsführung bezahlen normalerweise sowohl den Eintritt als auch ein Führungsentgelt. Für die Nachhaltigkeit eines besonderen Angebots für pflegebedürftige Menschen ist es allerdings überlegenswert, inwieweit die Teilnehmer*innen hier entlastet werden können. Beispielsweise wird in manchen Museen auf das Führungsentgelt verzichtet und es fällt lediglich der Eintritt an. Die Museen müssen mit ihren Trägern klären, wie sie die ggf. zusätzlich anfallenden Kosten für die Betreuung durch speziell geschulte Vermittler*innen finanzieren. Anders ist die Situation bei Begleitpersonen: Diese

haben freien Eintritt, sofern ein B-Schein vorgezeigt werden kann. Für Praxisangebote fallen darüber hinaus Kosten für Material oder für Kaffee und Kuchen an, die dann auch von den Begleitpersonen zu begleichen sind, z. B. als Pauschale.

Vernetzung

Zum Erfolg spezieller Angebote für pflegebedürftige Menschen trägt entscheidend bei, ob und wie die Vernetzung des Museums mit verschiedenen Vereinen, Institutionen und Privatpersonen gelingt. Auf diese Weise können die verschiedenen Bedürfnisse bereits in die Planung einfließen und Angebot und Nachfrage zielführend zusammengebracht werden.

Es ist ratsam, Netzwerke mit Partnern aus dem sozialen Bereich zu bilden, die mit Menschen mit Demenz in Kontakt stehen. Dazu können zum Beispiel Alzheimer-Gesellschaften, Pflegestützpunkte, Pflegestammtische, Arbeitskreise, Selbsthilfegruppen für Demenzbetroffene oder Angehörige, Pflegeeinrichtungen für Menschen mit Demenz sowie Beratungsstellen für Menschen mit Demenz gehören.

Wichtige Fragen, die schon vor Beginn des Angebots mit Pflegeeinrichtungen geklärt werden können, sind: Wie wird der Transport zum Museum verlaufen? Stellt die Mobilität ein Problem dar? Wie wird der Eintritt finanziert? bzw. Was wären die Teilnehmer*innen bereit, zu bezahlen? Zu welcher Zeit sollte das Angebot am besten stattfinden (Wochentag, Uhrzeit)?

Im Vergleich zu anderen Zielgruppen kann es etwas schwieriger sein, Menschen mit Demenz zu erreichen und sie bzw. die Begleitpersonen von einer Teilnahme zu überzeugen. Das kann damit zusammenhängen, dass es in den Pflegeeinrichtungen bereits einige Freizeitaktivitäten gibt, dass der Transport bzw. die Fahrt zu den Museen mit viel Aufwand verbunden ist oder dass das Angebot zu teuer ist. Bei Angehörigen von Menschen mit Demenz können, insbesondere zu Beginn der Erkrankung, Schamgefühle eine Hürde darstellen, denn für Ehepartner*innen ist es teilweise schwer zu akzeptieren, wie sich der Partner bzw.

die Partnerin durch die Demenz verändert hat. Gemeinsam eine öffentliche Institution wie ein Museum zu besuchen, ist für einige Angehörige nicht leicht. Es ist daher umso wichtiger, mit sozialen Akteuren in Kontakt zu treten, um sowohl Einrichtungen für Menschen mit Demenz als auch Angehörige aus Privathaushalten zu erreichen, zu animieren und von einer Teilnahme zu überzeugen.

Durch die enge Zusammenarbeit mit regionalen „Kompetenzzentren Demenz“ kann sich außerdem der Vorteil ergeben, dass für Veranstaltungstermine kurzfristig Werbung gemacht werden kann.

Tipps zur Vernetzung

- Zu Beginn der Projektplanung sollte recherchiert werden, welche sozialen Partner es in der Nähe gibt und ob diese Interesse an einer Kooperation haben (z. B. Alzheimer Gesellschaften).
- Durch Kontaktaufnahme mit Pflegeeinrichtungen für Menschen mit Demenz können vorab wichtige organisatorische Punkte geklärt werden (Transport, Eintrittskosten, zeitliche Flexibilität u. a.).
- Es sollte überlegt werden, welche weiteren regionalen Verbände und Vereine es gibt, die Interesse an einem solchen Angebot haben und die ihrerseits gut vernetzt sind (z.B. Museumsverbände).
- Die Angebote sollten von Anfang an zwischen der Museumsleitung, der Museumspädagogik und der Öffentlichkeitsarbeit sowie dem Kassen- und Aufsichtspersonal kommuniziert werden. Falls Honorarkräfte einbezogen werden, sollten diese eng mit der Museumspädagogik zusammenarbeiten.
- Für Museen ist es wichtig, dass sie barrierefrei und gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind. Sie sollten natürlich Interesse daran haben, sich der Zielgruppe „Menschen mit Demenz“ intensiver zu widmen.

Marketing

Es empfiehlt sich, die Angebote für pflegebedürftige Menschen mit Demenz mithilfe eines Flyers zu bewerben, der sowohl in den Museen als auch an anderen Orten ausgelegt wird. Die wichtigsten Informationen zu den Angeboten sollten kurz, prägnant und übersichtlich aufbereitet sein. Angaben zur Anmeldungsmodalitäten und zu den Kosten sollten einzeln für jedes Angebot abgedruckt werden. Der Flyer kann die Grundlage für eine Werbung auf der Homepage des Museums etc. auf der Internetseite der jeweiligen Kommune bilden.

Darüber hinaus sollten die Angebote in Fachkreisen angekündigt und in verschiedenen Einrichtungen für Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen sowie bei unterschiedlichen Veranstaltungen bekannt gemacht werden.

Um herauszufinden, welche Marketingstrategie am besten funktioniert, ist es ratsam, bei Teilnehmer*innen oder interessierten Personen nachzufragen, wie sie auf das Angebot ge-

Einladung

Ein schönes Museumserlebnis – für Menschen mit Demenz

Museumserlebnisse für Menschen mit Demenz

Land Brandenburg

POTS DAM




stoßen sind. Vielfach ist es vor allem die „Mundpropaganda“ innerhalb des Netzwerks (Pflegeeinrichtungen, Betreuungs- und Selbsthilfegruppen, Demenz-WGs sowie Privatpersonen), die zur Bekanntheit beigetragen hat. Um Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen bzw. Betreuer*innen zu erreichen, ist es darum ratsam, neben einem gut gestalteten Flyer und einer Bekanntmachung auf entsprechenden Websites (der beteiligten Museen, der Stadt oder von Alzheimer Gesellschaften z. B.) vor allem das mündliche Marketing anzustreben.

Weiterhin ist es empfehlenswert, sich für ein erfolgreiches Marketing mit anderen Kultureinrichtungen am Ort oder in der Region zusammenzuschließen, auch wenn die verschiedenen Angebote – abgesehen von der Zielgruppe – nicht direkt miteinander in Verbindung stehen. Ein Flyer, auf dem unterschiedliche Kulturangebote für Menschen mit Demenz gebündelt zu finden sind, macht es für Angehörige und auch die Betroffenen selbst leichter, einen Überblick zu bekommen.







Tipps zum Marketing

- Vorhandene Netzwerke sollten genutzt werden, um das Angebot z. B. im Rahmen von Vorträgen in Pflegeeinrichtungen, auf Fachtagungen oder Netzwerkkonferenzen bekannt zu machen.
- Ein übersichtlich gestalteter Flyer sollte an passenden Orten verteilt werden.
- Die Angebote sollten auf relevanten Websites (Museen, Kommunen, Alzheimer Gesellschaften etc.) publik gemacht werden.
- Eine Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, die ebenfalls Angebote für Menschen mit Demenz machen, sollte angestrebt werden.
- Nach den Veranstaltungen sollten Teilnehmer*innen und Begleitpersonen befragt werden, wie sie auf das Angebot aufmerksam geworden sind. So kann die Marketingstrategie optimiert werden.

Literaturhinweise

-  Michael Ganß, Matthias Linde (Hrsg.):
Kunsttherapie mit demenzkranken Menschen.
Frankfurt am Main 2004.
-  Michael Ganß, Sybille Kastner und Peter Sinapius:
Transformation – Kunstvermittlung für Menschen mit Demenz.
Kernpunkte einer Didaktik. Berlin/Hamburg 2016.
-  Flavia Nebauer, Kim de Groot:
Auf Flügeln der Kunst. Ein Handbuch zur künstlerisch-kulturellen
Praxis mit Menschen mit Demenz. München 2012.

Kontaktadressen

-  **Museumsverband des Landes Brandenburg e.V.**
Am Bassin 3
14467 Potsdam
 0331 · 232 79 11
 info@museen-brandenburg.de
-  **Kompetenzzentrum Demenz für das Land Brandenburg**
(in Trägerschaft der Alzheimer-Gesellschaft Brandenburg e.V.)
Stephensonstraße 24–26
14482 Potsdam
 0331 · 704 37 47
 buero@demenz-brandenburg.de



**Museumsverband
des Landes
Brandenburg e.V.**