

# MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

JUNI 2024 – MÄRZ 2025

Freie Universität  Berlin

## **ZEITRAUM**

Juni 2024 – März 2025

## **VERANSTALTER**

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

## **VERANSTALTUNGSORT**

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

Tagungssaal 1. OG

Otto-von-Simson-Str. 13

14195 Berlin

## **KOOPERATIONSPARTNER**

- Institut für Museumsforschung,  
Staatliche Museen zu Berlin,  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz
- Leuphana Universität Lüneburg
- Fachhochschule Potsdam
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

# MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN

---

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

---

## INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>VORWORT</b>	<b>5</b>
<b>MODULE</b>	<b>6</b>
Modul V01: Eine Institution im Wandel: Museen und Gesellschaft / Strategisches Sammlungsmanagement	7
Modul V02: Kommunikation im Museum	10
Modul V03: Ausstellungsmanagement	11
Modul V04: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Sponsoring	13
Modul V05: Finanz- und Kostenmanagement / Digitale Transformation im Museum	15
Modul V06: Museum und Besucher*innen: Ausstellung und Vermittlung	18
Modul V07: Grundlagen des Museumsmarketings	20
Modul V08: Rechtsfragen in Museen	21
Modul V09: Managementsysteme im Museum: Von Qualitäts- bis Nachhaltigkeitsmanagement	23
<b>DOZENT*INNENTEAM</b>	<b>26</b>
<b>TEILNAHMEBEDINGUNGEN</b>	<b>30</b>
<b>ANMELDUNG</b>	<b>34</b>
<b>IMPRESSUM</b>	<b>37</b>

## VORWORT

---

## MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN

---

Die modularisierte Qualifizierung mit Zertifikat für Volontär\*innen in Museen beruht auf dem Bausteinprogramm MUSEUMSMANAGEMENT des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin in Kooperation mit dem Institut für Museumsforschung, Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz und weiteren Partnern.

Kenntnisse und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Organisation, des Fundraisings, der Strategieentwicklung und der Zielgruppenorientierung, des Marketings und des Qualitätsmanagements sind für Mitarbeiter\*innen von Museen – neben ihren an der Hochschule erworbenen wissenschaftlichen Fachkenntnissen – heute unerlässlich. Der Digitale Wandel spielt dabei eine immer größere Rolle, sowohl in der Erschließung als auch im Marketing, der Vermittlung und dem Sammlungsmanagement. Aber auch Fragen zur Beziehung von Museen und Gesellschaft werden gestellt, mit Blick auf den Wandel der Institution Museum.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN vermittelt dieses Wissen in praxisbezogenen Modulen und ergänzt damit die Kenntnisse und Fertigkeiten, die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent\*innen sind Wissenschaftler\*innen und Praktiker\*innen aus verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie Expert\*innen, die für Museen arbeiten.

Partner des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin für das Programm sind: das Institut für Museumsforschung, Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz, die Leuphana Universität Lüneburg, die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin und die Fachhochschule Potsdam.

Die Absolvent\*innen erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen besucht haben. Die Teilnahme an Einzel-Modulen ist möglich, wenn ausreichend Plätze vorhanden sind. Veranstaltungsort ist in erster Linie das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin und darüber hinaus einige Berliner Museen.

Christiane Preißler

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

## MODULE

---



## MODUL V01

---

### EINE INSTITUTION IM WANDEL:

---

### MUSEEN UND GESELLSCHAFT /

---

### STRATEGISCHES SAMMLUNGSMANAGEMENT

---

Prof. Dr. Volker Kirchberg, Kathrin Grotz, Jörn Brunotte,

---

Frank von Hagel, Stephanie Götsch, Chiara Marchini

---

2 Termine (16 UE), 10. + 11.06.2024

---

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

---

### ZIELE

- Überblick und gemeinsame Reflektion von Aufgaben, Rollenverständnissen und strategischen Optionen von Museen vor dem Hintergrund des aktuellen gesellschaftlichen Wandels
- Bewusstwerdung über die Bedeutung von Positionen und Funktionen von Museen in der Gesellschaft
- Erkenntnisse über die gesellschaftliche Legitimation von Museen angesichts steigender Konkurrenz im Freizeit- und Bildungsbereich
- Struktur und Inhalt eines Sammlungskonzeptes kennenlernen
- Vorgehen beim Erstellen eines Sammlungskonzeptes kennenlernen

### INHALTE

#### TAG 1 / BLOCK 1

---

#### DER BLICK DER MUSEEN AUF DIE GESELLSCHAFT

---

Kathrin Grotz

---

Im ersten Block geht es um die Frage, wie Museen ihr Verhältnis zur Gesellschaft gestalten, und welche strategischen Aufträge, Handlungsoptionen und Perspektiven sie daraus ableiten. Museen entwickelten ihr bildungsbürgerliches Profil aus ihren klassischen Aufgaben des Sammels, des Bewahrens, Forschens, Präsentierens und Bildens. Mittlerweile vollzieht sich jedoch ein Paradigmenwechsel, der alle Funktionen des Museums erfasst hat. Es geht dabei nicht nur um die zunehmende Nutzer\*innenorientierung in der Museumsarbeit, sondern auch um die Frage nach gesellschaftlicher Relevanz und Teilhabe. Damit verknüpft ist eine Reflexion des Rollenverständnisses von Museumsmitarbeiter\*innen und von institutionellen Strukturen, in denen Museumsarbeit stattfindet. Und es stellt sich die Frage nach geeigneten strategischen Instrumenten, um den gesellschaftlichen Wirkungsgrad von Museen zu reflektieren und zu intensivieren. Mit knapp 7.000 Häusern bietet Deutschland eine der reichhaltigsten und vielfältigsten Museumslandschaften in

Europa. Eine Strategiedebatte zur Profilbildung von Museen und ihren Zukunftsperspektiven wird hier auf unterschiedlichen Ebenen und mit unterschiedlicher Intensität geführt, und soll an diesem Tag auch im Plenum aufgegriffen und weitergeführt werden.

## **TAG 1 / BLOCK 2**

---

### **DER BLICK DER GESELLSCHAFT AUF DIE MUSEEN**

---

**Prof. Dr. Volker Kirchberg**

---

Im zweiten Block widmen wir uns dem Wandel der sozialen Funktionen und der aktiven Rolle von Museen in und für eine sich verändernde Gesellschaft. Welche gesellschaftlichen Funktionen rechtfertigen dabei die Existenz eines Museums? Oder, in den Worten des Museumsphilosophen Stephen E. Weil, was muss gemacht werden für ein „Making Museums Matter“?

Generell müssen aber Museen ihre Tätigkeiten heute viel mehr legitimieren als früher, was auch auf ein instrumentalisiertes Kulturverständnis von Staat und Zivilgesellschaft zurückzuführen ist. Die Diskussion um die „Systemrelevanz“ geschlossener Kulturorganisationen in der Coronakrise (und noch weitergehend in der Klimakrise) zeigt dies wie in einem Brennglass auf veränderte Erinnerungs- und Geschichtskulturen. Dabei hat sich in den letzten zwanzig Jahren das ökonomische Narrativ als maßgeblich zur Bewertung von Museen durchgesetzt: Diese scheinbare Notwendigkeit, sich als erfolgreicher Anbieter von Produkten auf dem Markt zu positionieren, wird als „McDonaldisierung der Kultur“ bezeichnet. Ein ähnliches Rechtfertigungsargument ist die Darstellung des Museums als Mitspieler\*in in einem intensivierten Wettbewerb im Freizeitbereich. Die „Erlebnisgesellschaft“ wird dabei ebenfalls als Marktnarrativ verstanden. Ein drittes Rechtfertigungsmoment ist die Verwendung von Museen als Instrument der Stadtplanung und des Stadtmarketings. Obwohl wir in diesem Teilmodul nicht auf alle diese gesellschaftlichen Legitimationsargumente detailliert eingehen können, soll doch zum Ende dieses Blocks das Museum nicht als passiver Gegenstand, sondern als möglicher Akteur eines gesellschaftlichen Wandels dargestellt werden.

## TAG 2

---

### DIE SAMMLUNG ALS MANAGEMENTINSTRUMENT / DIGITALES SAMMLUNGSMANAGEMENT

---

Jörn Brunotte, Frank von Hagel, Chiara Marchini,  
Stephanie Götsch

---

Die Sammlung bildet den Kern des Museums. Unter dem Trend einer ständig wachsenden Zahl von Wechsausstellungen ist die Sammlung und das darin ruhende Potential zunehmend aus dem Fokus unserer Aufmerksamkeit geraten. Dabei ist sie Ausgangspunkt für die Identität und die Profilbildung eines Museums. Aus ihr heraus gilt es, das strategische Management zu entwickeln.

Im Seminar steigen wir mit einem Blick auf die aktuelle Situation in den Museen ein. In einer Analyse thematisieren wir u. a. die Fragen:

- Das Sammeln als Grundlage des Museumsmanagements?
- Wie erstellt man ein Sammlungskonzept?
- Wie sieht die Struktur eines Sammlungskonzeptes aus?
- Was sollte überhaupt gesammelt werden?
- Oder sollte „entsammelt“ werden?
- Wie sollte man vorgehen?

Im Rahmen des digitalen Sammlungsmanagements wird die Erschließung der Sammlung thematisiert:

- Welche Methoden der Dokumentation von Sammlungsbeständen gibt es (Standard und Normdaten)?
- Wie können die Objektinformationen nachhaltig verwendet werden. Sowohl in den Museen als auch online!
- Welche Möglichkeiten bieten Datenmanagement und Vernetzung?

Der Weg in das Kulturportal „Deutsche Digitale Bibliothek“ bildet einen weiteren Schwerpunkt.

### METHODEN

Theoretischer Input mit Präsentation, Gruppenarbeiten (u. a. mit „Gedankenexperimenten“), offene Diskussionen

## MODUL V02

---

### KOMMUNIKATION IM MUSEUM

---

Karin Lindemann, Ann Kathrin Nitschke

---

2 Termine (16 UE), 08. + 09.07.2024

---

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

---

#### ZIELE

Die Teilnehmenden haben sich persönlich kennengelernt und ihre Aufgaben und Rahmenbedingungen in den jeweiligen Institutionen beschrieben und reflektiert. Sie haben einen sichereren strategischen Umgang mit schwierigen Gesprächen erlernt. Als Lerngruppe können sie zukünftig nun besser im Austausch sein.

#### INHALTE

Die Teilnehmenden erhalten an diesen beiden Tagen Einblick in die Vielschichtigkeit der Kommunikation; zunächst anhand eines anschaulichen Modells. Daraus können dann praxisnahe „Werkzeuge“ abgeleitet werden, um die eigene Kommunikation zu reflektieren und bewusster zu steuern. In mehreren Kleingruppen werden fortlaufend konkrete Handlungsmöglichkeiten für bevorstehende Gespräche erarbeitet. Schritt für Schritt fließen weitere Bausteine aus entsprechender Fachliteratur mit ein und verfeinern den eigenen Auftritt. Auch ergeben sich besonders in diesem Modul für die Gesamtgruppe Gelegenheiten, Einblick in die richtungsweisenden Erfahrungen und Fragestellungen anderer Volontär\*innen zu erhalten.

#### SCHWERPUNKTE

- Wie erlebe ich das Volontariat in meiner Institution?
- Was bedeutet Kommunikation: Welche Kommunikationsstrategien gibt es und wie kommuniziere ich selbst?
- Was gestaltet Gespräche schwierig und wie finde ich dafür geeignete Lösungen?
- Was sind dabei die Besonderheiten im Museumsalltag?

#### METHODEN

Theoretischer Input mit Präsentation, Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Partner\*innen- und Einzelarbeit

#### HINWEIS

Steht für Sie in Ihrem Arbeitsfeld ein schwieriges Gespräch an? Wir freuen uns über Ihre konkreten Eingaben an den beiden Tagen für eine beispielhafte Bearbeitung zur Gesprächsstrategie.

## MODUL V03

---

### AUSSTELLUNGSMANAGEMENT

---

Nadine Ney, David Blankenstein, Julia Franke

---

2 Termine (16 UE), 16. + 17.09.2024

---

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

---

#### ZIELE

Nach diesem Modul werden die Teilnehmer\*innen die Planungs- und Entwicklungsphasen einer Ausstellung kennen, sie werden Strategien und Prozesse des vernetzten Arbeitens, der Kommunikation in Teams und einen Überblick über eine Bandbreite unterschiedlicher Formen, Zugänge und Erfordernisse des Ausstellungsmanagements besitzen.

#### INHALTE

Ausstellungen sind ein wesentlicher Aspekt erfolgreicher Museumsarbeit. Lebendige, abwechslungsreiche Ausstellungsprogramme prägen das Bild von Museen und Ausstellungshäusern in der Öffentlichkeit, helfen dabei neue Zielgruppen zu erreichen und positionieren die Institutionen als Akteur\*innen in aktuellen Diskursen. Im Wettbewerb mit anderen Formen von Bildungs- und Erlebnisangeboten sind professionell organisierte und aufsehenerregende Ausstellungen zunehmend unverzichtbar. Es werden hohe Ansprüche an das Medium gestellt – an die Konzepte, die Gestaltung und das Management. Für gute Konzepte und ein qualitätsvolles Ausstellungsmanagement ist eine angemessene Kenntnis der Potentiale des Mediums und seiner einzelnen Bestandteile ebenso unabdingbar wie ein Wissen um den komplexen Entstehungsprozess einer Ausstellung und aller mit ihrer Realisierung und Vermittlung verbundenen Personen, Aufgaben und Gewerke. Das Seminar gibt unter Berücksichtigung unterschiedlicher Ausstellungstypen Einblicke in diese Zusammenhänge.

Im ersten Teil wird ein Überblick über die Bestandteile und Phasen des Ausstellungsmanagements gegeben. Dabei spielen Fragen des Projektmanagements und der prozessorientierten Planung eine große Rolle. Vertieft wird die Entstehungsphase einer Ausstellung behandelt, insbesondere die Konzeptentwicklung und die Zusammenarbeit mit Gestaltungsbüros. Beim „Blitzkuratieren“ wird die kuratorische Arbeit der Konzeptentwicklung praktisch erprobt und diskutiert. Grundlagen für die Zusammenarbeit mit Gestaltungsbüros werden behandelt und in einer praktischen Übung zur Leistungsbeschreibung für eine potenzielle Ausstellungsgestaltung angewandt.

Es besteht die Möglichkeit, aktuelle Erfahrungen der Teilnehmer\*innen einzubringen und zu diskutieren.

Der zweite Teil konzentriert sich auf die Realisierung einer Ausstellung und behandelt Themen, die im Entstehungsprozess einer Ausstellung mitzudenken sind. Abschließend findet ein gemeinsamer Ausstellungsbesuch mit Expert\*innengespräch statt, der Einblick in die Praxis und die Gelegenheit zur Nachfrage gibt.

## **METHODEN**

Theoretische Vermittlung von Grundlagen und Demonstration an Fallbeispielen, Präsentationen, Diskussionsrunden, Gruppenarbeiten, Exkursion (Ausstellungsbesuch), Expert\*innengespräch

## **HINWEIS**

Arbeitsmaterialien werden seitens Weiterbildungszentrum und Dozent\*innen zur Verfügung gestellt. Aktives Einbringen eigener Erfahrungen und Praxisbeispiele während des Seminars sind erwünscht.

## MODUL V04

### PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / SPONSORING

Achim Klapp, Nikolaus Bernau

2 Termine (16 UE), 14. + 15.10.2024

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

#### ZIELE

Im Rahmen des Moduls haben die Teilnehmer\*innen Methoden und Instrumente für eine effektive Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising kennengelernt. Sie können die Instrumente kritisch reflektiert einsetzen. Sie haben erfolgreiche Praxisbeispiele analysiert. Sie haben ihre Kenntnisse in Fallstudien vertieft und können selbstständig Konzepte für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising/Sponsoring entwickeln und durchführen.

#### INHALTE

Von entscheidender Bedeutung für die Zukunft des Museums ist die Wahrnehmung in den Medien und der Öffentlichkeit. Dazu bedarf es sowohl einer geeigneten Kommunikationsstrategie als auch effizienter Maßnahmen und Instrumente im Bereich Sponsoring/Fundraising.

Der erste Teil des Seminars gibt eine Einführung in die strategische Ausrichtung und taktische Umsetzung der Museumskommunikation nach außen. Anhand konkreter Beispiele werden die notwendigen Schritte zur Erarbeitung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie erläutert. Der erste Seminartag widmet sich dabei ganz der Arbeit mit der Presse und den Medien und legt einen Schwerpunkt auf die Online-Kommunikation.

- Wie begeistere ich Journalist\*innen, Besucher\*innen und Multiplikator\*innen für meine Institution?
- Welche Formate und welche Kommunikationskanäle passen zu meiner Institution?

Ganz bewusst soll mit aktuellen Projektbeispielen praxisnah gearbeitet und Zeit für eigene Beispiele und den Erfahrungsaustausch gelassen werden. Ein Gespräch mit einem erfahrenen Kulturjournalisten schließt den ersten Seminartag ab.

Museen sind zunehmend gehalten, Drittmittel und Museumspartner zu akquirieren. Die Anbahnung einer erfolgreichen Partnerschaft zwischen Wirtschaft, Medien, Stiftungen und Museen ist eine große Herausforderung für die Kulturinstitutionen.

Deshalb werden im Seminar auch die Grundlagen einer Sponsoring- und Kooperationsstrategie vorgestellt. Dabei gehen wir praxisorientiert einer Vielzahl von Fragen nach, etwa:

- Welche Angebote sind interessant für Sponsor\*innen und Medienpartner\*innen?
- Welche Standards und Qualitätskriterien sollten bei der Einwerbung von Drittmitteln gelten, damit aus der Geber-Nehmer-Beziehung ein Geschäft auf Gegenseitigkeit wird?

Diese Fragen zum Fundraising und Sponsoring sowie Gruppenarbeiten zur Kommunikations- und Sponsoringstrategie stehen im Fokus des zweiten Seminartages.

## **METHODEN**

Theoretischer Input mit Präsentation, Analyse aktueller Projektbeispiele, Gruppenarbeiten, Expertengespräch



## MODUL V05

---

### FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT / DIGITALE TRANSFORMATION IM MUSEUM

---

**Christoph Deeg, Uwe Hanf, Prof. Dr. Oliver Rump**

---

3 Termine (24 UE), 20., 21. + 22.11.2024

---

Mi 10.00 – 17.00 Uhr, Do + Fr 09.00 – 16.00 Uhr

---

#### ZIELE

Die Teilnehmenden kennen betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und können sie auf den Museumsalltag anwenden. Sie kennen die wichtigsten Formen und Verfahren des externen und internen Rechnungswesens sowie des Controlling. Sie können die finanzwirtschaftlichen Prozesse im Museum analysieren und im Hinblick auf Effektivitäts- und Effizienzsteigerung steuern und optimieren. Die Teilnehmenden verstehen, worum es beim Thema digitale Transformation beziehungsweise Digitalisierung im Kontext der Arbeit von Museen geht. Sie lernen die Komplexität des Themas und die Herausforderungen kennen und diskutieren diese. Sie lernen zudem, welche Aufgaben im Rahmen ihrer zukünftigen Arbeit in einem Museum auf sie zukommen.

#### INHALTE

##### TAG 1 UND 2

---

### FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT

---

**Prof. Dr. Oliver Rump, Uwe Hanf**

---

Museen stehen heute mehr denn je unter einem Legitimations- und Effizienzdruck. Neben ihren klassischen Forschungs- und Bildungsaufgaben rücken daher zunehmend Aspekte des unternehmerischen Denkens und Handelns ins Blickfeld der Museumsleitungen. Sie müssen einen Paradigmenwechsel vollziehen: Während in der klassischen Betrachtungsweise das betriebliche Rechnungswesen auf die reine Verwaltungsfunktion reduziert und in Kulturunternehmen eher als „notwendiges Übel“ angesehen wurde, geht es heute darum, Finanz- und Kostenmanagement als Führungsfunktion zu beschreiben und zum strategischen Erfolgsfaktor zu machen.

Ziel ist die aktive und bewusste Gestaltung sämtlicher Entscheidungen, die sich auf die Planung, Beschaffung, Verwaltung und Disposition von Finanzmitteln beziehen. Damit dies gelingt, sind differenzierte Kenntnisse über Instrumente und Verfahren des externen und internen Rechnungswesens erforderlich. Die Teilnehmenden lernen die wesentlichen Begriffe, Rechtsgrundlagen und

Verfahren des betrieblichen Rechnungswesens kennen. Sie werden in die Lage versetzt, Einrichtungen und Einzelprojekte unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu beurteilen und effizienter zu gestalten. Im Mittelpunkt stehen dabei die Einführung der kaufmännischen Buchführung, einer einrichtungsspezifischen Kostenrechnung sowie eines Controlling-Systems. Auf dieser Grundlage können wichtige Managemententscheidungen professioneller getroffen und nach innen und außen vertreten werden. Zudem entsteht eine größere Unabhängigkeit von externen Berater\*innen. Fallbeispiele, praktische Übungen sowie Fragen und Beispiele aus der Praxis der Teilnehmenden ergänzen das Seminar.

### **TAG 3**

## **DIGITALE TRANSFORMATION IM MUSEUM**

### **Christoph Deeg**

Die Arbeit von Museen befindet sich im Prozess eines permanenten Wandels. Ein besonders starker Motor ist dabei heute die digitale Transformation. Sie wirkt sich im Museum insbesondere auf drei große Bereiche aus: Die Erschließung, die Kulturvermittlung und das Museumsmarketing. Im Idealfall gelingt es, eine Gesamtstrategie für ein Museum zu entwickeln, die alle Bereiche berücksichtigt und gleichzeitig sowohl das Digitale als auch das Analoge miteinander verbindet. Dies ist eindeutig eine Managementaufgabe und damit eine Herausforderung an die zukünftigen Führungskräfte in Museen.

Dieser Tag will einen Überblick über aktuelle Entwicklungen des digitalen Wandels geben und Ansatzpunkte für eine Strategieentwicklung aufzeigen.

Was ist in den letzten 10 Jahren im Bereich Museum 3.0 passiert?

- Digitalisierung
- Social Media
- Gamification
- Mobile Internet und Smartplaces
- Blockchain
- Künstliche Intelligenz
- Digital Risk

Was bedeutet das für die Museumsarbeit?

- Digital-analoge Erschließung
- Digital-analoge Kulturvermittlung
- Digital-analoges Museumsmarketing

Wie bereitet man ein Museum auf diesen Wandel vor?

- Innovationsmanagement am Beispiel „Horizon Report“
- Organisationsentwicklung und digital-analoge Museumskonzepte

Das Museum als digital-analoger Ort

- Unique Experiences
- Kulturelle Smartplaces
- Wege zu neuen analog-digitalen Museumswelten

## **METHODEN**

Theoretischer Input, Praxisbeispiele, kurze Übungen, Diskussion, Gruppenarbeit

## MODUL V06

---

### MUSEUM UND BESUCHER\*INNEN:

---

### AUSSTELLUNG UND VERMITTLUNG

---

Heike Kropff, Prof. Dr. Joachim Baur

---

2 Termine (16 UE), 12. + 13.12.2024

---

Do 10.00 - 17.00 + Fr 09.00 - 16.00 Uhr

---

### ZIELE

Die Teilnehmenden kennen Grundlagen zur Einteilung von Lern- und Nutzer\*innentypen, Prinzipien der Kunst- und Kulturvermittlung, Kriterien zur Angebotsentwicklung, sowie Anwendung von Vermittlungsmethoden und die Haltung der Kunst- und Kulturvermittlung bei den Staatlichen Museen zu Berlin. Die Teilnehmenden kennen außerdem Ausstellungstheorien, Methoden und Ergebnisse der Besucher\*innenforschung, sowie konzeptionelle Grundlagen für die Ausstellungsplanung.

### INHALTE

#### TAG 1

---

#### FÜR WEN VERMITTLUNG?

---

#### VON ZIEL- UND NUTZER\*INNENGRUPPEN

---

Heike Kropff

---

*Ort: Kulturforum*

---

Was ist der Unterschied zwischen Ziel- und Nutzer\*innengruppen? An wen richten sich Angebote der Kunst- und Kulturvermittlung? Welche Kriterien bilden die Grundlage für eine zeitgemäße Konzeption von Vermittlungsangeboten? Welches Wissen wird dabei mit wem geteilt? Wie erfolgt eine Aktivierung und Beteiligung von Nutzer\*innen?

Am Seminartag rückt die Rolle der Nutzer\*innen von Kultureinrichtungen in den Fokus. Als ein pädagogisches Prinzip der Bildungs- und Vermittlungsarbeit wird die sogenannte Subjektorientierung vorgestellt und deren Anwendung mit hohem Praxisbezug veranschaulicht. Die Erprobung sowie Reflektion verschiedener Vermittlungsansätze und -methoden soll eine mit diesem Grundsatz einhergehende Haltungsänderung näherbringen. Zudem wird der Bildungsanspruch und -auftrag von Museen beleuchtet.

### SCHWERPUNKTE

Grundlagen Kunst- und Kulturvermittlung, Museumspraxis, Methodenkenntnis

## **TAG 2**

---

### **WIE KOMMUNIZIEREN AUSSTELLUNGEN?**

---

#### **MEDIEN UND METHODEN**

---

**Prof. Dr. Joachim Baur**

---

Die Ausstellung ist das zentrale Medium, über welches das Museum mit seinen Besucher\*innen kommuniziert. Doch wie kommunizieren Ausstellungen eigentlich, mit welchen Medien und Methoden? Seit der Öffnung der Museen in den 1970er Jahren wurde ein breites Spektrum an Vermittlungsformen entwickelt – ausstellungsintegriert wie ausstellungsbegleitend. Welchen Regeln und Methoden sie folgen sowie die sammlungsübergreifenden Gemeinsamkeiten sind Thema des Kurses. Im Zentrum steht die theoretische wie praktische Auseinandersetzung mit den Kommunikations- und Vermittlungspotentialen in Ausstellungen, die aus besucher\*innenorientierter sowie aus museums-wissenschaftlicher Perspektive betrachtet werden.

Dabei unterscheiden wir zwischen ausstellungsintegrierten und -begleitenden Formaten. Nach einer Erkundung zu historisch unterschiedlichen musealen Ausstellungsformen wird vertiefend über die Beziehung „Objekt–Text–Raum–neue Medien“ referiert und gemeinsam diskutiert. Dabei werden in vergleichender Form mediale und personale Vermittlungsformate in den Blick genommen. Diskussionen in Arbeitsgruppen und Workshops bieten Gelegenheit, die entwickelten Kategorien einer besucher\*innen- wie objektorientierten Ausstellungskommunikation anzuwenden und zu vertiefen.

#### **METHODEN**

Theoretischer Input mit Präsentation, praktischer Input mit aktiver Beteiligung, Gruppenarbeit, Einzelarbeit, Diskussion

#### **HINWEIS**

Literaturtipp: „Zeit für Vermittlung“, Online-Publikation, 2012

## MODUL V07

### GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETINGS

Prof. Dr. Oliver Rump, Silke Oldenburg, Sascha Perkins

2 Termine (16 UE) 13. + 14.01.2025

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

#### ZIELE

- Vermittlung der theoretischen Grundlagen im Bereich Marketing und speziell: Museumsmarketing
- Kennenlernen und kritische Auseinandersetzung mit Praxisbeispielen aus unterschiedlichen Häusern
- Vorstellung aktueller Entwicklungen und Herausforderungen sowie Überlegungen zur Zukunft des Museumsmarketings

#### INHALTE

Im Seminar wird Marketing mit seinen Instrumenten im Management von Museen einerseits in seiner Breite vorgestellt, andererseits soll Marketing als Notwendigkeit und Grundphilosophie der Arbeit heutiger Museen vermittelt werden.

In der Veranstaltung wird die Entwicklung vom produkt- zum besucher\*innen- bzw. werteorientierten Marketing aufgezeigt. Die Relevanz der Besucher\*innenorientierung und -bindung sowie das strategische Marketing stehen dabei im Zentrum. Weiterhin werden wir Ihnen eine jüngere Marketingdisziplin, das Brand Management, in seiner Bedeutung für Museen erläutern. Neuere Entwicklungen – insbesondere im Hinblick auf die digitale Kommunikation – sollen anhand von Beispielen nachvollzogen und ihre Relevanz und Folgen in ihrer gesellschaftlichen Tragweite diskutiert werden.

#### SCHWERPUNKTE

- Brand Management (CI/CD/Branding/Markenbildung)
- Besucher\*innenorientierung/-bindung
- Marketingstrategien
- Ausstellungsmarketing
- Audience Development und Publikumsforschung
- Service im Museum
- Online Marketing & Social Media

#### METHODEN

Theoretischer Input mit Powerpoint-Präsentation und Filmbeispielen, Vorstellung von Beispielen aus der Praxis in dialogischen Formaten (z.B. MK&G Hamburg), Diskussion und Fragerunden

## MODUL V08

---

### RECHTSFRAGEN IN MUSEEN

---

**Menekse Wenzler, Tobias Schmiegel, Börries von Notz**

---

2 Termine (16 UE), 17. + 18.02.2025

---

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

---

#### ZIELE

Sie kennen typische Rechtsfragen des Museumsmanagements, können diese im Arbeitsalltag selbstständig erkennen, bearbeiten und einschätzen, wann Sie die fachliche Unterstützung einer Juristin oder eines Juristen benötigen.

#### INHALTE

Rechtsfragen spielen im Museumsmanagement eine bedeutende Rolle: für alle Museumsaktivitäten gibt es auch einen rechtlichen Rahmen. Diesen zu kennen und so auszufüllen, dass er als Absicherung und nicht als Einschränkung der Museumsarbeit empfunden wird und fungiert, ist notwendige Voraussetzung für die nachhaltig erfolgreiche Arbeit. Von zentraler Bedeutung sind dabei Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem Erwerb von Museumsgut, das Urheberrecht, das Hausrecht, das Arbeitsrecht der öffentlichen Hand und der Kulturgutschutz.

Das Seminar will eine praxisorientierte Einführung in und eine Sensibilisierung für die relevanten Rechtsfragen bieten und damit erreichen, dass im Museumsmanagement rechtliche Probleme und Zusammenhänge erkannt werden und ein Gespür dafür besteht, wann rechtliche Hilfe angezeigt sein kann. Alle wesentlichen Fragestellungen werden in Praxisübungen und Workshops vertieft behandelt. Daneben besteht die Möglichkeit, individuelle Fragen zu erörtern.

#### SCHWERPUNKTE

##### TAG 1

---

##### Börries von Notz

---

- Vertragsrecht beim Erwerb von Museumsgut (Kauf, Leihe, Schenkung)
- Versicherungsrecht
- Urheberrecht einschließlich der markenrechtlichen Bezüge

## **TAG 2**

### **Menekse Wenzler, Tobias Schmiegel**

---

- Rechtsfragen zu Beschäftigungsverhältnissen im Museum (Arbeitsrecht, Werkverträge, Praktika etc.)
- Hausrecht im Museum und Haftungsfragen
- Kulturgutschutz und Kulturgutrückführung
- Staatssicherheiten im Leihverkehr, „Zusicherung von freiem Geleit“ für Leihgaben

### **METHODEN**

Vortrag mit Präsentation, Praxisübungen und Diskussion von Fallbeispielen



## MODUL V09

### MANAGEMENTSYSTEME IM MUSEUM: VON QUALITÄTS- BIS NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Robert Hoffmann, Karsten Schomaker

2 Termine (16 UE), 17. + 18.03.2025

Mo 10.00 – 17.00 Uhr + Di 09.00 – 16.00 Uhr

#### ZIELE

- Verständnis und Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Qualität in der Museumsarbeit schaffen
- Überblick zum Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement geben
- Orientierungshilfen und Tools vorstellen
- Den Blick für ganzheitliche Prozesse schärfen

#### INHALTE

Qualität systematisch sichern und Zukunft nachhaltig gestalten ist eine Herausforderung auch für Führungskräfte musealer Einrichtungen. Ohne systematisch durchgeführtes Qualitätsmanagement kann ein Museum heute nicht erfolgreich gesteuert werden. In einem ganzheitlichen Prozess müssen kontinuierlich die Organisation optimiert und die Qualität der Museumsarbeit gesichert und verbessert werden.

Qualität ist allerdings nicht allein der Schlüssel zum Erfolg. Vor den Erfahrungen der aktuellen Zeit im Verhältnis von Menschen und Natur sowie zur Sicherung der Lebensqualität zukünftiger Generationen ist die Steuerung von Nachhaltigkeitsaspekten unabdingbar.

Das zweitägige Seminar mit Praxisübungen geht von folgenden Fragen aus:

- Wie kann Museumsarbeit gelenkt und geleitet werden, um mit Ressourcen effektiver und effizienter umzugehen?
- Was bedeutet Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement in der Museumsarbeit?

Am Beispiel der DIN EN ISO 9001 Qualitätsmanagement, der „Mutter“ der Managementsysteme, wird gezeigt, wie Managementsysteme aufgebaut sind: Logisch strukturierte, systematisch aufgebaute Vorgehensweisen der Normen, die Arbeitsprozesse aus einer anderen Perspektive wahrnehmen, verändern und hierdurch verbessern.

Das Seminar zeigt anhand von Beispielen aus der Museumspraxis, wie eine optimierungsfähige Ausgangssituation mit Instrumenten der Managementsysteme verändert werden können. PDCA, KVP, Managementhandbuch seien beispielhaft genannt. In Übungen werden die theoretischen Grundlagen vertieft.

### **SCHWERPUNKTE**

Nutzen von Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagementsystemen in Verbindung mit einer ganzheitlichen Prozessbetrachtung

### **METHODEN**

Theoretischer Input mit Präsentation, Gruppenarbeiten und -diskussion, Rollenspiele

### **HINWEIS**

- Einstiegstext wird vorher zur Verfügung gestellt um die Diskussion am Anfang zum Thema Qualität vorzubereiten
- Link zu einer kurzen Vorabumfrage wird vor der Veranstaltung zur Verfügung gestellt



# DOZENT\*INNENTEAM

---

## KONZEPTION

---

### **Dr. Patricia Rahemipour**

Institut für Museumsforschung,  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Direktorin

### **Kathrin Grotz**

Institut für Museumsforschung,  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Stellv. Direktorin

## DOZENT\*INNEN

---

### **Prof. Dr. Joachim Baur**

Die Exponanten. Ausstellungen et cetera, Berlin  
Professor für Empirische Kulturwissenschaft, TU Dortmund

### **Nikolaus Bernau**

Architektur- und Museumshistoriker und Journalist  
(Tagesspiegel, Deutschlandradio, u. a.)

### **David Blankenstein**

Freier Kurator, Berlin

### **Jörn Brunotte M.A.**

Museumsberater und Leiter des Brandenburgischen Textil-  
museums in Forst (Lausitz)

### **Christoph Deeg**

Berater und Speaker für die Bereiche Social-Media-Management,  
Gamification und digital-analoge Strategien

### **Julia Franke**

Deutsches Historisches Museum, Berlin  
Sammlungsleiterin Alltagskultur

### **Stephanie Götsch**

Deutsche Digitale Bibliothek, Fachstelle Museum

### **Kathrin Grotz**

Institut für Museumsforschung,  
Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz,  
Stellvertretende Leiterin

**Uwe Hanf**

Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit

**Robert Hoffmann**

Deutschen Digitalen Bibliothek,  
Wissenschaftlicher Referent in der Geschäftsstelle

**Prof. Dr. Volker Kirchberg**

Leuphana Universität Lüneburg,  
Lehrstuhl für Kulturvermittlung und Kulturorganisation

**Achim Klapp**

Museum Barberini,  
Presse, Online-Kommunikation, Marketing

**Heike Kropff**

Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) in Münster,  
Leiterin des Museumsamts

**Karin Lindemann**

Coaching – Supervision – Personalentwicklung, Berlin

**Chiara Marchini**

Deutsche Digitale Bibliothek,  
Fachstelle Museum

**Nadine Ney**

Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss,  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Projektleitung Ausstellungen

**Ann Kathrin Nitschke**

Life & Business Coach, Berlin

**Silke Oldenburg M.A.**

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Leiterin Marketing

**Sascha Perkins**

Berlinische Galerie Berlin, Leiter Marketing & Kommunikation

**Prof. Dr. Oliver Rump**

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,  
Studiengang Museumskunde, Museologie & Museums-  
management

**Tobias Schmiegel**

Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Justiziar

**Karsten Schomaker**

Freie Universität Berlin

Fachbereich Veterinärmedizin, Fachbereichsverwaltungsleitung

**Frank von Hagel**

Institut für Museumsforschung – Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Projekt SPK-digital

**Börries von Notz**

Stiftung Nantesbuch gGmbH, Sprecher der Geschäftsleitung

**Menekse Wenzler**

Technikmuseum Berlin, Stellvertretende Direktorin,  
Verwaltungsdirektorin

## TEILNAHMEBEDINGUNGEN

---



## TEILNAHMEBEDINGUNGEN

---

### ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich zu den Veranstaltungen per Online-Anmeldeformular oder schriftlich durch Übersendung des unterzeichneten Anmeldeformulars per Post, Fax oder E-Mail an. Mit Übersendung des Anmeldeformulars erkennen Sie diese Teilnahmebedingungen an. Die Anmeldung zu der ausgewählten Veranstaltung ist zu den angegebenen Konditionen verbindlich. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie per Mail eine Eingangsbestätigung.

### TEILNAHMEBESTÄTIGUNG

Eine Zu- oder Absage für die Teilnahme an der Veranstaltung (Seminarbestätigung) wird i. d. R. vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn per E-Mail versandt.

Bei modularen Programmen gilt: Die Teilnahme an einzelnen Modulen ist möglich, soweit nach der Berücksichtigung aller Anmeldungen für das komplette Programm noch freie Plätze vorhanden sind. Die verbindliche Vereinbarung über die Teilnahme kommt mit Zugang der Seminarbestätigung zustande.

### ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Bei kostenpflichtigen Veranstaltungen zahlen Sie das Entgelt bitte nach Rechnungseingang und Zugang der Teilnahmebestätigung bis zu dem auf der Rechnung angegebenen Datum auf das genannte Konto. Der Betrag beinhaltet die Kosten für die Teilnahme an der Veranstaltung und für die Veranstaltungsunterlagen.

### TEILNAHMEGEBÜHR VOLONTÄR\*INNEN

MODUL V01, V02, V03, V04, V06, V07, V08, V09:	je 260,- €
MODUL V05:	390,- €

### ZERTIFIKATSPREIS

Bei Buchung aller neun Module bleibt ein zweitägiges Modul unberechnet. Der Zertifikatspreis beträgt dann 2.210,- €.

Die Teilnehmer\*innen des modularen Weiterbildungsprogramms MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen absolviert haben.

## RÜCKTRITT

Ein Rücktritt ist bis fünf Arbeitstage vor Veranstaltungsbeginn möglich. Der Rücktritt von der Vereinbarung muss schriftlich erfolgen. Bei kostenpflichtigen Veranstaltungen fallen bei einem Rücktritt, soweit nicht ein\*e Nachrücker\*in den Platz einnimmt, folgende Kosten an:

Rücktritt ab vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn:

Bearbeitungspauschale 30,- €.

Rücktritt bis 5 Arbeitstage vor Veranstaltungsbeginn:

50% des Teilnahmeentgelts.

Bei Nichtteilnahme ohne vorherigen wirksamen Rücktritt fallen bei kostenpflichtigen Veranstaltungen 100% des Teilnahmeentgeltes an.

## DURCHFÜHRUNG

Ein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung besteht nicht. Das Weiterbildungszentrum behält sich Änderungen im Programmablauf und bei den angekündigten Dozentinnen und Dozenten sowie die Umstellung auf ein Online-Format vor. Im Falle einer Absage werden bereits bezahlte Teilnahmeentgelte dann erstattet, wenn ein Ersatztermin nicht möglich ist oder der angebotene Ersatztermin von Ihnen nicht wahrgenommen werden kann. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Kommt eine Veranstaltung aufgrund Nichterreichens der Teilnehmerzahl nicht zustande oder fällt die Veranstaltung aus anderen unvorhergesehenen Gründen aus, werden Sie hierüber umgehend informiert und mögliche bereits gezahlte Entgelte werden unverzüglich zurückerstattet. Ein Anspruch auf Erstattung weiterer Kosten besteht nicht.

## AUSSCHLUSS VON DER TEILNAHME

Aus wichtigem Grund (z. B. Zahlungsverzug, Störung der Veranstaltung, Gefährdung Dritter) ist das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin berechtigt, Teilnehmer\*innen von der Teilnahme an Veranstaltungen auszuschließen.

## HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin haftet nur im Fall von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit für Schäden. Die Haftung ist der Höhe nach begrenzt auf den vorhersehbaren Schaden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei der Verletzung von Gesundheit, Körper oder Leben der Teilnehmerin / des Teilnehmers.

## **BILDUNGSURLAUB**

Die Veranstaltungen sind gemäß Berliner Bildungsurlaubsgesetz (BiUrlG, §11) als Bildungsurlaub anerkannt. Teilnehmer\*innen anderer Bundesländer empfehlen wir, sich vor Beantragung eines Bildungsurlaubs bei ihrem zuständigen Bildungsministerium beraten zu lassen.

## **DATENSCHUTZ**

Ihre personenbezogenen Daten werden ausschließlich zum Zweck der Veranstaltungsabwicklung verwendet. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht.

## ANMELDUNG

---

Frau Herr Divers

Titel

Name, Vorname

Geb. Datum

Ausgeübte Tätigkeit

Dienststelle und Anschrift (oder Privatanschrift)

Tel

Tel mobil

Mail

**Gewünschte Zahlungsmodalität** **Vorauszahlung des Gesamtpreises** **Jedes Modul separat**

- Ich bin mit der Speicherung meiner Teilnehmendendaten zur Nutzung im Seminarkontext bis auf Widerruf einverstanden.
- Ich bin einverstanden, dass die auf dem Anmeldeformular angegebene E-Mail-Adresse zur Registrierung bei der Online-Lernplattform der Freien Universität Berlin, Blackboard, benutzt werden darf.
- Die Teilnahmebedingungen erkenne ich an.

Datum

Unterschrift

Bitte melden Sie sich per Online-Formular über unsere Homepage  oder schriftlich per Post, Fax oder Mail an bei:

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

Otto-von-Simson-Str. 13, 14195 Berlin

Fax: 030 / 838 4579 60

Mail: [museen@weiterbildung.fu-berlin.de](mailto:museen@weiterbildung.fu-berlin.de)

Bitte beachten Sie auch die Rückseite 

Hiermit melde ich mich zu folgenden Modulen an:

- ☐ **ZERTIFIKATSPROGRAMM**  
**MODUL V01 – V09: 10.06.2024 – 18.03.2025**  
[online-Anmeldung](#)

---

- ☐ **MODUL V01: 10. + 11.06.2024**  
Eine Institution im Wandel: Museen und Gesellschaft /  
Strategisches Sammlungsmanagement  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V02: 08. + 09.07.2024**  
Kommunikation im Museum  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V03: 16. + 17.09.2024**  
Ausstellungsmanagement  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V04: 14. + 15.10.2024**  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Sponsoring  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V05: 20., 21. + 22.11.2024**  
Finanz- und Kostenmanagement /  
Digitale Transformation im Museum  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V06: 12. + 13.12.2024**  
Museum und Besucher\*innen:  
Ausstellung und Vermittlung  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V07: 13. + 14.01.2025**  
Grundlagen des Museumsmarketings  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V08: 17. + 18.02.2025**  
Rechtsfragen in Museen  
[online-Anmeldung](#)
- ☐ **MODUL V09: 17. + 18.03.2025**  
Managementsysteme im Museum:  
Von Qualitäts- bis Nachhaltigkeitsmanagement  
[online-Anmeldung](#)

**HERAUSGEBER**

Das Präsidium der Freien Universität Berlin  
Weiterbildungszentrum  
Otto-von-Simson-Str. 13  
14195 Berlin

**KONZEPTION**

Dr. Patricia Rahemipour, Direktorin  
Kathrin Grotz, Stellv. Direktorin  
Institut für Museumsforschung,  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz

**VERANTWORTLICH**

Christiane Preißler

**VERANSTALTUNGSORGANISATION**

David Baig

**MITARBEIT**

Marie Dreesen

**LAYOUT**

Karen Olze, Produkt und Grafik Design  
Murat Koçyigit

**UMSCHLAGFOTO**

Pergamonmuseum, Weltkulturerbe Berliner Museum  
© bpk | Steffen Spitzner

## **MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN**

Das Weiterbildungsprogramm richtet sich an Volontärinnen und Volontäre in Museen aller Sparten. Kenntnisse und Instrumente der Strategieentwicklung in Bezug auf alle relevanten Management-Bereiche des Museums werden vermittelt. Es geht dabei um Museen und Gesellschaft, die Sammlung als Managementinstrument, Ausstellungsmanagement und Kuratieren, die betriebswirtschaftliche Organisation und Effizienzsteigerung, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring, Vermittlung, Rechtsfragen, Marketing, Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR\*INNEN will dieses Wissen in praxisbezogenen Seminaren vermitteln und damit die Kenntnisse und Fertigkeiten ergänzen, die die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent\*innen sind in Wissenschaft und Praxis an verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie als Expert\*innen für Museen tätig.

### **WEITERBILDUNGSZENTRUM**

Freie Universität Berlin  
Otto-von-Simson-Str. 13  
14195 Berlin  
U-Bahnhof Dahlem Dorf, U3

### **VERANTWORTLICH**

Christiane Preißler  
Tel: 030 / 838 514 75  
Mail: [christiane.preissler@fu-berlin.de](mailto:christiane.preissler@fu-berlin.de)

### **VERANSTALTUNGSORGANISATION**

David Baig  
Tel: 030 / 838 579 60  
Fax: 030 / 838 4 579 60  
Mail: [david.baig@fu-berlin.de](mailto:david.baig@fu-berlin.de)

[www.fu-berlin.de/wbz/museen](http://www.fu-berlin.de/wbz/museen)