

Inhalt

Vorwort	9
----------------------	----------

I	Museale Seniorenprogramme als Bedeutungsgewebe	11
----------	---	-----------

1	Dreimal das Gleiche, doch nicht dasselbe	11
1.1	Kunstmuseum, 5.8.2008	11
1.2	Freilichtmuseum, 26.6.2008	13
1.3	Völkermuseum, 11.9.2008	14
2	Alter(n) in Deutschland	15
3	Die Reaktionen der Museen auf die steigende Lebenserwartung	19
4	Museen und Alter – (kultur-)wissenschaftliche Forschungen	21
5	Forschungsperspektive und Erkenntnisinteresse	28
6	Museum als Feld – Methoden und Quellen	30
7	Vom Museums-Ich zum Forschungs-Ich – Verstrickungen im <i>Bedeutungsgewebe</i>	44

II	Museale Konzepte und Realitäten der Seniorenprogramme	49
-----------	--	-----------

1	Die Museen	50
1.1	Erst Einzelveranstaltungen, dann Serien – zur Entwicklung musealer Seniorenprogramme	50
1.2	Fest verankert, doch mit schwachem Stand – Museumspädagogik in Deutschland	55
1.3	Seniorenprogramme – vier Fallbeispiele	59
1.3.1	„unter Bedingungen, die für sie günstig sind“ – Wertschätzung im Historischen Museum	61
1.3.2	„Das Niveau muss hoch sein“ – Wissensvermittlung im Technikmuseum	73
1.3.3	„das ist eigentlich auch gar nicht schlimm und steif“ – Wohlfühlen im Stadtmuseum	88
1.3.4	„dass man erkannt wird, dass man eine Person ist“ – Individualität im Kunstmuseum	103
1.4	Die museale Konstruktion von Alter	121
1.4.1	„Senioren“: körperlich eingeschränkt, dankbar und passiv – der Blick auf eine scheinbar homogene Zielgruppe	123
1.4.2	Den Alten das Alte und Atmosphärische – die Inhalte der Programme	127
1.4.3	Rezipierend und wenig interagierend – die Vermittlungsmethode(n)	129

2	Die Teilnehmenden der Seniorenprogramme	132
2.1	Zur Auswahl der Gesprächspartnerinnen und -partner	133
2.2	Soziodemographische Daten	136
2.2.1	Alter und subjektives Altersempfinden	136
2.2.2	Geschlechterverhältnis	138
2.2.3	Bildungsabschlüsse und ausgeübte Berufe	139
2.2.4	Familienstand und Wohnverhältnisse	143
2.2.5	Gruppenzugehörigkeiten	145
2.2.6	Museumbesucherinnen und - besucher versus Nichtbesucherinnen und -besucher	146
2.2.7	Zusammenfassung der soziodemographischen Angaben	147
2.3	Die Teilnehmenden – neun Blicke auf individuelle <i>Bedeutungsgewebe</i> ..	148
2.3.1	„ <i>Sonst bist das Depperl</i> “ – Museum unterscheidet	149
2.3.2	„ <i>jetzt musst dich [...] nicht so hängenlassen</i> “ – Museum diszipliniert ...	152
2.3.3	„ <i>Von der Bildung her fühle ich mich ungerecht behandelt</i> “ – Museum schließt Lücken	155
2.3.4	„ <i>Ich suche Wissen, Erkenntnisse, neue Erkenntnisse</i> “ – Museum eröffnet Neues	158
2.3.5	„ <i>Hauptsache, man kann mal lachen</i> “ – Museum lenkt ab	161
2.3.6	„ <i>Für's Museum, dass des da funktioniert</i> “ – Museum braucht Hilfe	164
2.3.7	„ <i>Es ist so eine Freude, wenn man etwas zustande gebracht hat</i> “ – Museum beflügelt	166
2.3.8	„ <i>Dass man woanders mal ein Lob kriegt!</i> “ – Museum erkennt an	169
2.3.9	„ <i>Das hast du doch noch hingekriegt</i> “ – Museum fordert heraus	172
	Exkurs: „Museen sind schon lebensnotwendig“	174
2.4	Vom Individuum zur Gruppe	179
2.4.1	„ <i>Wir sind rumgewürfelt, eine komische Generation</i> “	180
2.4.2	„Die Karte der Sicherheit“	181
2.4.3	„ <i>Da war so eine plötzliche Freiheit</i> “	185
2.4.4	„ <i>Man möchte noch so viel lernen</i> “	187
2.4.5	„ <i>Das schätz ich schon sehr</i> “	189
2.5	Der Stellenwert des Museums für die Teilnehmenden	190
3	Die Erfahrungen der Teilnehmenden	192
3.1	Museumserfahrung statt Besuchsmotivation	192
3.2	Der Begriff Erfahrungen im Zusammenhang mit Besucherforschung ...	198
3.3	Vom Transkript zur Kategorie	201
3.4	Erfahrungsfelder	208
3.4.1	Das ‚Erfahrungsfeld des Ichs‘: intensives Reflektieren über die eigene Identität	209
3.4.2	Das ‚Erfahrungsfeld des Museums‘: vielfältige Eindrücke – eher weniger von den Exponaten	225
3.4.3	Das ‚Erfahrungsfeld der Anderen‘: Gemeinschaft und Distanz	236

3.4.4	Das ‚Erfahrungsfeld des Wissens‘: Interesse, Vertiefungen und Unwissen	244
3.5	Quantitative Auswertung der Erfahrungen	257
3.6	Vergleich der Ergebnisse mit der Smithsonian Institutes-Studie	261
3.7	Erfahrungen im Museum – Konsequenzen für die Praxis der Vermittlungsarbeit und der Besucherforschung	263
III	Potentiale: Mit den „Alten“ zu neuen Ufern?!	267
1	Die Museen: Konstrukteure von Altersbildern	267
2	Die Teilnehmenden: Heterogenität statt Homogenität	273
3	Erfahrungen statt Motive: der Vorteil des qualitativen Paradigmas	276
4	„Doing age“ als Chance für die Museen	279
	Anhang	283
1	Angaben zu den Teilnehmenden und zu den besuchten Führungen	283
1.1	Kurzporträts aller Teilnehmenden von Seniorenprogrammen der vier Referenzmuseen, mit denen längere Gespräche geführt wurden	283
1.2	Beispiel für ein Führungsprotokoll	296
	Ablauf (Auszug)	297
1.3	Anzahl der Führungen pro Referenzmuseum	298
2	Literatur- und Quellenverzeichnis	299
2.1	Verzeichnis der verwendeten Literatur	299
2.2	Verzeichnis der verwendeten Quellen	316
3	Verzeichnis der Abbildungen, Diagramme und Tabellen	319
3.1	Abbildungen	319
3.2	Diagramme	320
3.3	Tabellen	320