

## „Generation Grau“ Museumsangebote für Seniorinnen und Senioren

### Tagungsbericht

Anja Kuhn unter Mitarbeit von Andrea Hubert



„60+“ im LWL-Industriemuseum Ziegelei Lage beim Fertigen von Feierabendziegeln. © Foto: Astrid Weise

Treffen der Museumspädagoginnen und -pädagogen  
an Freilicht- und Industriemuseen

**17. – 19. Mai 2007**

im LWL-Industriemuseum  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Zeche Nachtigall in Witten (17.5.2007)  
Henrichshütte in Hattingen (18.5.2007)  
und im  
LWL-Freilichtmuseum Hagen  
Westfälisches Landesmuseum für Handwerk und Technik (19.5.2007)  
des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL)

## **Impressum**

„Generation Grau“ – Museumsangebote für Seniorinnen und Senioren.  
Tagungsbericht des Treffens der Museumspädagoginnen und -pädagogen  
an Freilicht- und Industriemuseen vom 17. bis zum 19. Mai 2007  
im LWL-Industriemuseum, Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Zeche Nachtigall in Witten (17.5.2007)  
Henrichshütte in Hattingen (18.5.2007) und im  
LWL-Freilichtmuseum Hagen,  
Westfälisches Landesmuseum für Handwerk und Technik (19.5.2007)

Hrsg. Im Auftrag des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL),  
September 2007.

Protokolliert und verfasst von Anja Kuhn unter Mitarbeit von Andrea Hubert

<http://www.lwl.org/LWL/Kultur/wim/S/witten/termine/GenerationGrau/>

Redaktion: Kathrin Wißmach

© Fotos: Annette Hudemann, LWL-Industriemuseum, Astrid Weise, Helpup

<b><u>Inhalt</u></b>	<b>Seite</b>
Zusammenfassung	
Anja Kuhn.....	4
Das LWL-Industriemuseum wird demografiefest	
Dirk Zache.....	5
Lernend zu altern und altern zu lernen“. Die demografische Entwicklung und die künftige Rolle der „Generation Grau“ in unserer Gesellschaft	
Ursula Lenz.....	6
„KICK“ – Hattingerinnen im Unruhestand. Ein Selbst-Erfahrungsbericht zu Ehrenamt und Aktivität im Alter	
Heide Kögler und Christa Sprenger.....	8
„Bediene die Alten und du bedienst alle“	
Klaus Kukuk.....	9
Von jetzt auf 70 in drei Minuten. Im Alterssimulationsanzug ins Wittener LWL-Industriemuseum Zeche Nachtigall	
Börje Nolte.....	11
Die Alten von Heute sind die Wilden von gestern. Qualifikationen von Kulturpädagoginnen und Kulturpädagogen in der Arbeit mit älteren Menschen	
Nicola Röhricht.....	14
Generationen-Kultur-Marketing	
Bettina Rinke.....	16
Forever begin: Kunst und Kultur im Alter. Erfahrungen aus Europa und dem Netzwerk age-culture.net	
Almuth Fricke.....	17
„60+“. Seniorenprogramm im LWL-Industriemuseum Ziegelei Lage	
Willi Kulke, Museumsleiter und Astrid Weise.....	23
„Das schafften die doch nie – oder wo ein Wille ist, ist auch ein Weg?“ Schwierigkeiten und Lösungswege für Senioren im LWL-Freilichtmuseum Detmold	
Gefion Apel.....	26
„Auf einer Augenhöhe“. Senioren als Ehrenamtliche im Museum	
Ute Tichatschke.....	27
„Ich sehe was, was Du nicht siehst“. Generationenwerkstätten verbinden Lebenswelten	
Hauke Schiek.....	28
ZeitReise, Generationsübergreifende Industriebrachenerkundung für Jung und Alt im LWL-Industriemuseum Henrichshütte Hattingen	
Alrun Jahn.....	29
Ein Drittel 50plus und überwiegend männlich Fragen zur „Generation Grau“ im LWL-Freilichtmuseum Hagen	
Dr. Anke Hufschmidt und Dr. Hubert Köhler.....	34
Referentinnen und Referenten.....	36

## Zusammenfassung

### **Anja Kuhn, Wissenschaftliche Referentin im LWL-Industriemuseum, Dortmund**

Die Zielgruppe ‚Generation grau‘ gibt es nicht. Wer Museumsangebote für ältere Menschen entwickeln möchte, muss mindestens in zwei Kategorien denken und dabei nicht nur die schutz- und betreuungsbedürftige Gruppe, sondern vor allem kulturell kreative Menschen im Blick haben. Diese aktive Generation 50+ ist bunt und bringt eine Menge Potenzial mit ins Museum. Sie stellt das kulturelle Gedächtnis Europas, das das Zeitgeschehen der letzten Jahrzehnte miterlebt hat. Sie besitzt einen großen Schatz an Wissen und Erfahrungen. Sie hat Zeit und Geld, um anspruchsvolle Bildungs-, Kultur- und Freizeitangebote wahrzunehmen. Sie will lebenslang lernen und ihren gesammelten Wissensschatz an die kommenden Generationen weitergeben: Damit sind sie nicht nur potenzielle Museumsgäste, sondern können auch wertvolle ehrenamtliche Mitarbeiter, Kulturbotschafter und Multiplikatoren sein.

Wer Senioren-Angebote konzipiert, sollte daher diese unbedingt als Experten in eigener Sache mit einbeziehen. Die Infrastruktur, Ausstellungsgestaltung, -technik und -didaktik sollte biogerontologische Faktoren wie altersgerechtes Sehen, Hören und Bewegen berücksichtigen. Das bedeutet z.B. nicht nur barrierefreie Wege und Räume, sondern große Schriften auf Texttafeln, ausreichend Sitzmöglichkeiten, kurze Wege, bedienungsfreundliche Technik, gute Beleuchtung.

Vertiefende Museumsangebote zur Ausstellung wie klassische Führungen und Kreativprogramme sind erfolgreich, wenn sie inhaltlich an die Arbeits- und Lebenswelt der Zielgruppe 50+ anknüpfen. Gesellige Komponenten wie Kaffeetafel und Sektempfang versprechen Erfolg. Die richtige Zeit ist wichtig: Vor- und Nachmittage sind beliebt, abends bleibt man zu Hause. Wichtig ist vor allem die Ansprache der Museumsgäste über 50 Jahre: Die Gästeführer müssen für sich die Langsamkeit entdecken. Ihre Sprache muss zielgruppengerecht sein. Vor allem aber gilt mitreden und mitmachen lassen, statt reines Wissen zu vermitteln. Ältere Menschen möchten mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung partizipieren statt konsumieren. Das ist ein guter Ansatzpunkt für intergenerative Projekte: Jung und Alt können viel voneinander lernen, Dialoge auf- und Vorurteile abbauen. Auf das ‚Senioren-Etikett‘ für das Museumsangebot sollte man allerdings lieber verzichten. Der Begriff ‚senior‘ ist in Deutschland zu negativ besetzt. In der Wirtschaft bewährt haben sich Schlagworte, die den Mehrwert der älteren Generation ausdrücken wie ‚plus‘, ‚silber‘, ‚best‘. Auch ein Blick in die europäischen Nachbarländer lohnt sich. Die Niederlande, die angelsächsischen und skandinavischen Länder sind in der Nutzung kreativer Potenziale der Älteren den Deutschen weit voraus. Wer sich vernetzt, kann nicht nur lernen, sondern hat zudem auch Aussichten auf Projektfördermittel.

Ein Blick in die Museumspraxis zeigt: Die Anforderungen an ein altersgerechtes Museum sind im Prinzip bekannt bzw. einfach einleuchtend. Vieles macht man bereits – mehr oder weniger – bewusst richtig: Speziell Freilicht- und Industriemuseen haben bereits zum großen Teil ältere Gäste. Ihre Ausstellungsthemen sind nah am historischen Arbeits- und Lebensalltag, vermitteln Tradition und Identität. Die Mitglieder vieler Fördervereine sind ehemalige Handwerker, Arbeiter, Ingenieure aus regionalspezifischen Branchen, die auch im Ruhestand ihr Erfahrungswissen ins Museum und an die Gäste bringen. Wer die Generation 50+ zum Maßstab aller

Museumsdinge macht – da sind sich die ‚Senioren-Experten‘ einig – kann nur gewinnen. „Bediene die Alten und du bedienst alle“ ist die wichtigste Faustregel – auch für Seniorenangebote im Museum.

Donnerstag, 17. Mai 2007: LWL-Industriemuseum Zeche Nachtigall in Witten, Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur

## **Das LWL-Industriemuseum wird demografiefest**

### **Dirk Zache, Museumsdirektor des LWL-Industriemuseums**

Museumspädagogik war und ist auch künftig ein wichtiger Schwerpunkt im LWL-Industriemuseum ([www.lwl-industriemuseum.de](http://www.lwl-industriemuseum.de)). Wie viele andere Museen konzentriert sich das Industriemuseum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) mit seinen acht Museumsstandorten bislang auf junge Familien mit Kindern als Hauptzielgruppe und entwickelt vorzugsweise differenzierte museumspädagogische Programme für Schülerinnen und Schüler. Das Arbeitstreffen der Museumspädagogen an Freilicht- und Industriemuseen vom 17. bis zum 19. Mai 2007 ist der Auftakt, sich die Zielgruppe der älteren Menschen zu erschließen, denn laut Statistik wird in zwanzig Jahren jeder vierter Deutsche älter als 65 Jahre sein.

Wie sieht die Zielgruppe genau aus? Gehen sie ins Museum und wenn ja, dann auch in Freilicht- und Industriemuseen? Welche Vorerfahrungen, Erwartungen und Bedürfnisse bringen sie mit? Wie sollten Angebote für die ‚Generation Grau‘ aussehen? Wie spricht man die Generationen über 50 an?

Gezielten systematischen und zuverlässigen Zugriff auf die ‚Älteren‘ bietet die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen. Auch das Gespräch mit Seniorinnen und Senioren als Experten in eigener Sache lohnt. Bildungs- und Kulturträger, Touristiker und Marketingfachleute haben Generation ‚Silber‘ oder ‚Plus‘ als Konsumenten bereits für sich entdeckt. Daher lohnt sich der Blick über den eigenen musealen Tellerrand hinaus.

Museen haben aber natürlich auch eigene Erfahrungen mit Seniorinnen und Senioren gemacht, denn sie gehören selbstverständlich zum Museumspublikum, das in seiner Freizeit, alleine oder mit Kindern und Enkelkindern Freilicht- und Industriemuseen besucht. Die Statistik zeigt, dass ein Großteil der Museumsgäste im LWL-Freilichtmuseum Hagen und im LWL-Freilichtmuseum Detmold Menschen über 50 Jahre alt sind. Das LWL-Industriemuseum Ziegelei Lage in Ostwestfalen-Lippe bietet schon seit geraumer Zeit erfolgreich Führungen und Erzähl-Cafés speziell für Senioren an. Die Zeche Nachtigall des LWL-Industriemuseums in Witten hat Anfang Mai 2007 mit einem Alterssimulationsanzug die ersten Schritte in diese Richtung unternommen.

Die Zielgruppenanalyse aus Sicht von Senioren und ihrer Vertreterorganisationen, die Grundlagen und Voraussetzungen definieren, die Marketingwerkzeuge erproben, die Praxisbeispiele und -berichte aus Wirtschaft, Kultur und Museen auswerten – das

sind die richtigen Schritte, um Status quo und das Potenzial der ‚Generation Grau‘ in Freilicht- und Industriemuseen zu ermitteln.

**„Lernend zu altern und altern zu lernen“<sup>1</sup> – Die demografische Entwicklung und die künftige Rolle der „Generation Grau“ in unserer Gesellschaft  
Ursula Lenz, Pressereferentin der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO e.V.), Bonn**

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V. ([www.Bagso.de](http://www.Bagso.de)) – kurz BAGSO – ist der Dachverband für 95 Seniorenorganisationen. Sie vertritt gegenwärtig über zwölf Millionen Menschen im Alter über 50 Jahre in Deutschland. Ziele der BAGSO sind:

1. das Bild und die Stellung älterer Menschen in Gesellschaft und Familie zu verbessern,
2. ein selbstbestimmtes Leben im Alter zu ermöglichen,
3. Ältere zu bestärken, Verantwortung für sich und andere zu übernehmen,
4. das solidarische Miteinander und den Dialog der Generationen voranzubringen,
5. die Gesunderhaltung zu fördern, Behinderungen auszugleichen und die pflegerische Versorgung zu verbessern sowie
6. die Interessen älterer Verbraucher zu stärken.

**Der demografische Wandel – Vom Schrecken zur Chance**

Der demografische Wandel in der deutschen Gesellschaft rückt die älteren Menschen in den letzten zehn Jahren zunehmend in den Blick der Öffentlichkeit, denn die Alterspyramide hat sich in diesem Zeitraum entscheidend verändert und gleicht heute in ihrer Form einem Pilz. Seit 1999 haben die Menschen im Alter zwischen 55 und 64 Jahren den größten Zuwachs zu verzeichnen ([www.destasis.de](http://www.destasis.de)). Damit einher ging die Vision einer künftig überalterten Gesellschaft, in der die Alten auf Kosten der Jungen leben, eine Vision, die durchaus eine historische Dimension hat: Seit dem 18. Jahrhundert wechseln Schreckensszenarien von Bevölkerungsschwund und Überbevölkerung.

Mittlerweile zeichnet sich jedoch eine Trendwende in der Wahrnehmung ab: Demografischer Wandel wird nun auch als Chance gesehen. Vorreiter ist hier die Wirtschaft, die die Menschen ab 50 mit ihrer Kaufkraft als neuen Marktfaktor sieht. Aber auch das Erfahrungswissen der Älteren findet mittlerweile Anerkennung und wird auch angefragt („Senior Experten Service“).

Die Erkenntnisse der Gerontologie, der Alternswissenschaft, führen zu einer differenzierten Betrachtungsweise der Gruppe der Älteren: Es werden nicht nur die Defizite, die mit dem Alter verbunden sein können bzw. sind gesehen, sondern auch die Kompetenzen. Im Kontext Museum ergeben sich dadurch vor allem zwei Sichtweisen auf Senioren: zum einen in der Rolle als ehrenamtliche Mitarbeiter, zum anderen als Konsumenten von Bildungs-, Kultur- und Freizeitangeboten.

---

<sup>1</sup> Zitat nach Ursula Lehr.

Beiden Sichtweisen liegt die sogenannte Aktivitätstheorie zugrunde, die sich seit den 1980er Jahren zunehmend gegen die Rückzugstheorie durchgesetzt hat, denn die Alternswissenschaft hat nachgewiesen, dass Aktivität der beste Garant für ein erfolgreiches Altern ist. Nach dem Motto „Was rastet, das rostet“, geht es darum „am Ball zu bleiben“ und kontinuierlich die eigenen Fähigkeiten zu nutzen.<sup>2</sup>

### **Ehrenamt als Hilfe und Selbsthilfe**

Diese Aktivitäten machen die Älteren – entgegen vielfacher Vorurteile – zu äußerst produktiven Mitgliedern der Gesellschaft. Rechnet man ehrenamtlich geleistete Stunden in geldwerte Leistung um, kommt man auf 41,3 Millionen Euro im Jahr. Ältere Menschen übernehmen in allen Bereichen der Gesellschaft ein Ehrenamt: Sie engagieren sich sozial, wie beispielsweise die „Grünen Damen bzw. Herren“ in Krankenhäusern. Sie unterstützen ihre ehemaligen Berufskollegen. Sie pflegen in Vereinen Kultur und Geselligkeit und fördern Gesundheit und Fitness, z.B. als Gedächtnistrainer. Die Gründung von Seniorenbeiräten in den Kommunen beweist, dass ältere Menschen auch politische Verantwortung übernehmen. Die Entstehung von Senioren-Experten-Services zeigt den Willen, ihr Wissen und ihre Erfahrungen an Jüngere weiterzugeben.

Hinter diesem Engagement steckt nicht nur selbstlose Aufopferung, sondern vielfach auch die (Selbst-)Erkenntnis: „Wer andern hilft, hilft sich selbst“. Das Gefühl, gebraucht zu werden und keinem zur Last zu fallen, ist wichtig, um nicht in Sinnlosigkeit zu verfallen. Hier liegt auch die Chance für Museen, Bildung, Erfahrung und freiwilliges Engagement älterer Menschen für sich im Ehrenamt angesichts knapper Kassen zu nutzen.

### **Bunt statt grau – eine Senioren-Konsumenten-Typologie<sup>3</sup>**

Wenn man sich mit Angeboten für Senioren beschäftigt, muss man mindestens zwei Gruppen ab 50+ unterscheiden: die ‚Aktiven‘, die ihr Leben und ihre Freizeit weitgehend selbst bestimmen und die ‚Unmobilen‘, die altersbedingt oder durch Krankheiten nicht mehr mobil sind. Wer Museumsangebote für Letztere entwickeln möchte, steht vor einer ganz entscheidenden Frage: Wie kann man diesen Menschen Alltagsgeschichte und Industriekultur nach Hause bringen, vor allem unter dem Gesichtspunkt, dass die Altersarmut künftig stark zunehmen wird?

Wer Museumsangebote für die aktiven älteren Menschen konzipiert, muss sich bewusst sein, dass es sich hier um eine heterogene Konsumentengruppe handelt, die alles andere als grau ist. Nicht weniger als sechs Konsumententypen definiert der Diplom-Psychologe und Gründer des ersten deutschen Instituts für Seniorenmarktforschung, Rolf Kirchmair, unter den Senioren: Die anspruchsvollen Konsumfreudigen und erlebnishungrigen Aktiven stellen mit jeweils 22 % die größte Gruppe, dicht gefolgt von den risikoscheuen Traditionalisten mit 19 %. Wertkonservative Genießer sind mit 15 % unter den Senioren vertreten. Ausgabefreudige Innovatoren teilen sich mit 11 % den letzten Rang mit den sparsam Zurückgezogenen.

---

<sup>2</sup> R. Tartler: Das Alter in der modernen Gesellschaft. Stuttgart 1961. Vgl. Ursula Lehr: Psychologie des Alters. Heidelberg, 7. Aufl. 1991, S.218.

<sup>3</sup> Seniorentypologie nach Rolf Kirchmair: Das Märchen von den reichen ausgabefreudigen Senioren, in: BAGSO-Nachrichten 4 (2005) S. 5.

## **Faustregeln**

Trotz aller Heterogenität der Zielgruppe: Wer drei Faustregeln beachtet, hat gute Chancen, seine Angebote an man bzw. frau über 50 – und nicht nur an diese – zu vermitteln:

1. Die Wünsche und Bedürfnisse der Älteren sollten ernst genommen werden. Senioren wissen meist genau, was sie wollen. Es lohnt sich, sie als Experten in eigener Sache mit in die Planung einzubeziehen.
2. Vor allem Technik muss altersgerecht und benutzerfreundlich angelegt sein.
3. Daraus folgt drittens der wichtigste Leitsatz: „Produziere für Jüngere und du schließt die Älteren aus. Produziere für Ältere und du schließt die Jüngeren ein.“

### Weiterführende Literatur:

Heike Felscher und Erika Neubauer: Fakten und Felder der freien Seniorenarbeit – Ältere Menschen in Deutschland. Hrsg. von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V. Neuaufl. Bonn 2005.

## **„KICK“ – Hattingerinnen im Unruhestand Ein Selbst-Erfahrungsbericht zu Ehrenamt und Aktivität im Alter**

### **Heide Kögler und Christa Sprenger, Hattingerinnen im Unruhestand**

KICK ist keine Abkürzung, sondern wörtlich gemeint, so wie man es im Wörterbuch findet: „Stoß, Tritt“.<sup>4</sup> Gemeint ist damit der Unruhestand, der die Mitglieder des städtischen Treffs in Hattingen auszeichnet ([www.KICK.de](http://www.KICK.de)). Im Jahr 2000 gründete sich KICK als Experiment: Mit einem Konzept, aber ohne strenge Vereinsstrukturen, ohne Vorstand oder andere Posten, ohne Bevormundung durch einen Träger oder Verpflichtung gegenüber Sponsoren sollte KICK ein unabhängiger Ort für aktive Gleichgesinnte im Rentenalter und Netzwerk für andere Vereine sein. Ein ungewöhnliches, aber erfolgreiches Konzept. Circa zwanzig Ehrenamtliche organisieren seitdem für ihre Altersgenossen Angebote, die vom PC-Schnupperkurs bis zur Ausstellungsexkursion reichen. Nahmen im Gründungsjahr 500 Gäste die Angebote wahr, besuchten 2006 schon 5.000 Seniorinnen und Senioren die KICK-Veranstaltungen.

Die Struktur der Gäste und die Angebotspalette sind durch die Geschichte der Region geprägt. Bis zur Stilllegung der Henrichshütte 1987/1993 prägten Eisen und Stahl die Stadt Hattingen: „Die Hüttenmänner von damals sind die Gäste von heute, mit Volksschulbildung, viel Kleingarten-, aber weniger Kulturerfahrung“, beschreibt Christa Sprenger die KICK-Besucher. Aber eigentlich sind es weniger die ehemaligen

---

<sup>4</sup> Ursula Hermann: Die neue deutsche Rechtschreibung. München: Bertelsmann Lexikon Verlag 1996, S. 545.



Hüttenmänner, sondern ihre Frauen, die kommen. Nur knapp 1 - 3 % der Besucher sind Männer. Das liegt keineswegs am Veranstaltungsprofil von KICK. Die Angebotspalette reicht von Themenfesten und Sportaktivitäten bis hin zu Ernährungs- und Gesundheitstipps. Stadthistorische Themen garantieren ein volles Haus, politische Themen sind dagegen nicht so gut besucht. Die wenigen Männer, die regelmäßig kommen, konzentrieren sich auf die PC-Schnupperbude. Frauen trifft man dort selten an.

Aus ihrer siebenjährigen Praxiserfahrung in der Seniorenarbeit heraus, können die Damen vom KICK den Museumspädagoginnen und -pädagogen handfeste Tipps mit auf den Weg geben. Wichtig ist zunächst, das Angebot nicht mit dem ‚Seniorenlabel‘ zu etikettieren: Die ‚Seniorenführung‘ wird zum Ladenhüter, weil der Begriff in Deutschland nach wie vor negativ besetzt ist. Die ‚Generation Grau‘ ist in der Realität bunt und hat eben KICK. Sie besucht besonders gern Veranstaltungen – ob Ausstellungen oder Vorträge – deren Thema an ihre eigene Herkunft und Lebensgeschichte anknüpfen. Kaffee, Kuchen und Sektempfang sind Erfolgsfaktoren, weil sie einen geselligen Rahmen und bequemen, entspannten (Kultur-)Konsum versprechen. Besonders altersgerecht sind Nachmittagsveranstaltungen, denn vor Einbruch der Dunkelheit ist man bzw. frau 50+ gerne wieder zu Hause. Für einen Museumsbesuch diesen Profils mit Anfahrt gibt man gerne durchaus bis zu 30 € aus.

### **„Bediene die Alten und du bedienst alle“**

**Klaus Kukuk, Mitinhaber von Focus50plus,  
Agentur für Generationenmarketing, Dortmund, Unna, Recklinghausen**

Um Freilicht- und Industriemuseen seniorengerecht zu gestalten, müssen die Verantwortlichen sich auch mit den biogerontologischen Aspekten des Alterns beschäftigen, die wichtige Voraussetzungen für altersgerechte Infrastruktur, Ausstellungsrezeption und Museumsangebote sind.

Die Agentur Focus 50plus ([www.focus50plus.de](http://www.focus50plus.de)) vermittelt ihren Kunden u.a. diese biogerontologischen Aspekte, denn bei aller unbestrittenen Lebenslust der Generation 50+ ist mit dem Altern das Nachlassen von Seh- und Hörvermögen, Kraft und Energie verbunden. Dafür den Blick zu schärfen, kann entscheidend für die Konzeption einer Ausstellung und der dazugehörigen Angebote sein.

### **Seh-Hilfe**

Spätestens ab dem 50. Lebensjahr können die meisten Menschen z.B. Kleingedrucktes nur noch mit weit ausgestreckten Armen lesen. Ein Kleinkind kann Dinge, die sich sechs Zentimeter vor seinen Augen befinden, scharf sehen. Ein 30-Jähriger muss den Gegenstand dazu schon etwa 15 Zentimeter vom Auge entfernt halten, ein 50-Jähriger bereits 40 Zentimeter. Im Alter verliert die Pupille auch die Fähigkeit, sich weit zu öffnen. Weniger Licht erreicht die empfindlichen Zellen auf der Netzhaut. Außerdem ist das Auge nicht mehr so klar und rein wie in der Jugend. Einlagerungen in Linse und Glaskörper streuen das Licht, und man fühlt sich stärker

geblendet. Kontrastarme Gegenstände sind daher schwer zu erkennen. Zudem wird das Sehfeld eingeschränkt, d.h. der Blick ist eher nach unten als nach oben gerichtet. Nicht zuletzt nimmt die Blau-grün-Sichtigkeit ab.

Für Museen ganz generell bedeutet dies, Ausstellungsgestaltung und -didaktik zu überdenken. Wichtige Leitexponate und -texte sollten gut ausgeleuchtet und am Sehfeld ausgerichtet sein. Weniger Text, größere Schrift und vor allem ausreichend Platz, damit der Besucher den richtigen Leseabstand einnehmen kann, wären wünschenswert. Statt zarter Farben ist eine kontrastreiche Text-Bild-Gestaltung mit weitgehendem Verzicht auf Pastelltöne im Blau-Grün-Bereich vorzuziehen. Ein Experiment wert: Einfach mal prüfen, ob eine Lupe als Lesehilfe akzeptiert wird.

## **Hör-Hilfe**

Auch beim Hören unterliegen Menschen ab 50 zunehmend altersbedingten Einschränkungen. Hohe Töne – oberhalb 4.000 bis 5.000 Hz – zu hören, wird bereits ab 40 Jahren immer schwieriger. Dies ist aber nicht nur wichtig für die Kommunikation, sondern auch für die örtliche Orientierung aufgrund der Stereowahrnehmung. Eventuelle Störgeräusche sollte man daher zu reduzieren versuchen. In einer gut besuchten Ausstellung oder bei Veranstaltungen wie Führungen und Vorträgen sollte man mit Mikrofonen und Lautsprechern den älteren Menschen helfen, alle Informationen mitzubekommen.

## **Gelegenheit zum Sitzen**

Ein 60-Jähriger besitzt nur noch 15 - 25 % der Muskelkraft eines 20-jährigen. Jeder weiß, dass eine Führung im Stop-und-Go-Rhythmus die Beine ermüdet. Daher sollten an entscheidenden Stellen Sitzgelegenheiten vorhanden sein.

## **50+ Maßstab aller Dinge?**

So einfach und einleuchtend diese Ratschläge sind, sie in der Praxis umzusetzen, ist häufig schwierig: Eine altersgerechte barrierefreie Infrastruktur wie Aufzüge, Treppenlifte, Rollstuhl- oder Rollator gerechte Wege sind kostspielig und vor allem in Industriedenkmälern und Freilichtmuseen nicht immer einbaubar.

Ausstellungsgestaltung mit ästhetischen Lichteffekten, Modifarben und komplexen Inszenierungen, die Vielzahl von neuen Multimedia-Möglichkeiten sind für Ausstellungsmacher verlockend, aber nicht unbedingt für ältere Menschen geeignet. Darauf zu verzichten und neue, seniorenrechtliche Standards in allen Bereichen eines Museums zu schaffen, fällt schwer, ist aber laut Senioren- bzw. Generationen-Marketing kein Verlust, sondern ein unbedingter Gewinn. 50plus-Supermärkte der Edeka-Gruppe in Wien und Salzburg machen es vor: Gedämpftes Licht im Eingangsbereich, das den Augen Zeit lässt, sich an das Neonlicht zu gewöhnen, breite Gänge, rutschfester Boden, große Preisschilder, alle Regale auf Augenhöhe, niemand muss sich bücken. Da kaufen nicht nur älteren Menschen gerne ein.<sup>5</sup> „Bediene die Alten und du bedienst alle“, behauptet der französische Marketingmanager Jean Paul Tréguer. Ein Ansatz, den auch Museen sich zu eigen

---

<sup>5</sup> Hanna Germann, Beate Wilms: Graue Haare, Zeit und Geld, in: taz, Nr. 7591 vom 15.2.2005, S. 6; Internetquelle: [www.generationen-marketing.de/downloads/TAZ\\_150205.pdf](http://www.generationen-marketing.de/downloads/TAZ_150205.pdf), Stand: 19.1.2007, 12.16 Uhr.

machen können. Es ist schon viel gewonnen, wenn z.B. Ausstellungsmacher die biogerontologischen Aspekte bei der Gestaltung im Auge behalten. Dabei kann der Einsatz eines Alterssimulationsanzuges wie der „Focus-Dress“ behilflich sein.

## **Von jetzt auf 70 in drei Minuten – Im Alterssimulationsanzug ins Wittener LWL-Industriemuseums Zeche Nachtigall**

### **Börje Nolte, Diplompädagoge Industrie & Kultur – Pädagogische Konzepte und Ideen, Düsseldorf**

Wer das Rentenalter in heutigen Tagen schon Jahrzehnte früher erreichen möchte, kann es Börje Nolte gleich tun. Der 30-jährige Diplom-Pädagoge aus Düsseldorf ließ sich auf ein ‚Alterungsexperiment‘ im LWL-Industriemuseum Zeche Nachtigall in Witten ein. Getestet wurde eine Museumsführung mit dem FOCUS-Dress der Firma focus50plus. Der Focus-Dress basiert auf dem sogenannten „Age Explorer“ der Agentur Meyer-Hentschel und wurde nach gerontologischen Kenntnissen weiterentwickelt. Er sensibilisiert seinen Träger für die Generation Grau, indem er die körperlichen Veränderungen im Alter simuliert: Ein Helm mit präparierter Folie auf dem Visier verringert Hör- und Sehvermögen, Gewichte an Hand- und Fußgelenken vergrößern den Kraftaufwand für jede Bewegung. Bandagen an Arm- und Kniebeugen versteifen die Gelenke.

### **Überblick anbieten**

Börje Nolte, der für das LWL-Industriemuseum Museumsangebote konzipiert und durchführt, durchlief das Museum rund 40 Jahre gealtert. Bereits im Foyer zeigte sich, dass es schwer fällt, sich zu orientieren. Gerade für eine erste Orientierung wäre eine übersichtlichere und eindeutige Anordnung von Kasse und Shopartikeln wünschenswert. Auch eine hellere Beleuchtung wäre notwendig, damit man das passende Kleingeld in der Börse für den Eintritt findet.

### **Alternativen für Treppen**

Die Vorführung der Fördermaschine im ersten Stock des Maschinenhauses sollte für ältere Menschen Auftakt der Führung sein, wenn Konzentration und Energie noch vorhanden sind. Denn es gilt zunächst eine Treppe zu bewältigen. Lässt sich künftig kein Treppenlift o.ä. installieren, wäre eine alternative Notlösung, die laufende Fördermaschine per Kamera auf einen Monitor ins Erdgeschoss zu übertragen. Die luftige Höhe des Maschinenhauses und die Geräuschkulisse der laufenden Maschine erzeugt eine schwierige Akustik und erschwert älteren Menschen bei Führungen das Zuhören. Ein Mikrophon könnte hier Abhilfe schaffen.



*Börje Nolte an der Kasse des LWL-Industriemuseums Zeche Nachtigall in Witten: auf der Suche nach Kleingeld für den Eintritt.  
© Foto: Annette Hudemann*

## **Stolperfallen vermeiden**

Die Ausstellung im Freigelände und in den Ringöfen ist sehr reizvoll und atmosphärisch dicht, aber häufig zu dunkel. Einige pastellfarbige Texttafeln mit heller Schrift sind schwer zu lesen. Eine kontrastreichere Gestaltung der Texttafeln mit größerer Schrift und gezielt gesetztem Licht wäre an einigen Stellen hilfreich. Im und auf dem Ringofen lauern Stolperfalle, ganz zu schweigen von der nachgebauten Ruhraak, dem Besucherstollen und auch das Kopfsteinpflaster ist nicht wirklich ‚beinfreundlich‘.

Positiv fallen die vielen Sitzgelegenheiten auf, die bei dem weitläufigen Gelände immer wieder zum Verschnaufen einladen. Multimediale Technik kommt fast nicht zum Einsatz, stattdessen werden handlungsorientierte Elemente wie Infoschubladen oder -rollos auch gerne von älteren Menschen genutzt.

Börje Noltes Fazit zum Alters-Simulationsanzugs-Experiment: Die Detailanalyse zeigt, dass eine Vielzahl von Museumselementen seniorengerechter gestaltet werden könnte. Einige lassen sich mit recht einfachen Mittel verbessern: Mikrophone und Lautsprecher helfen bei schwieriger Akustik, Lupen vielleicht beim Lesen. Licht müsste gezielter gesetzt werden. Auch Hinweise durch das Servicepersonal, welche Ausstellungseinheiten und Wege seniorengerecht sind, können den Aufenthalt für ältere Menschen komfortabler machen.

Einige Dinge lassen sich aber auch nicht so einfach ändern: Kaufhäuser können bei der saisonalen Dekoration Verbesserungen ihrer Produktpräsentation schnell umsetzen. Museen müssen mit der vorhandenen Ausstellung arbeiten. Und insbesondere in museal genutzten Industriedenkmälern wie dem LWL-Industriemuseum oder in Freilichtmuseen mit komplett translozierten Werkstätten und Häusern stellen authentische Orte und begehbare Großobjekte zum Teil unveränderliche Rahmenbedingungen. Darin bestehen auch ein Großteil der Faszination und der Charakter, die diese Museen ausmachen und die den Museumsgast – auch jenseits der 50 – ins Museum locken.



Freitag, 18. Mai 2007: LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur

**Die Alten von Heute sind die Wilden von gestern – Qualifikationen von  
Kulturpädagoginnen und Kulturpädagogen in der Arbeit mit älteren Menschen**

**Nicola Röhricht, Kulturpädagogin und Projektmitarbeiterin,  
Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V., Bonn<sup>6</sup>**

Mick Jagger ist 64, Udo Jürgens 73, Lorient 84. Alt sein ist heute etwas anderes als noch vor fünfzehn Jahren – eine Herausforderung, ein Lebensabschnitt, in dem die ‚Alten‘ aktiv sind und noch all das machen wollen, was sie schon immer machen wollten. H.A. Schult, Alice Schwarzer, Daniel Cohn-Bendit, Rita Süßmuth, Joschka Fischer, Hilmar Hoffmann, Elke Heidenreich, sie alle gehören zu den Generationen, die in der bundesdeutschen Gesellschaft viel verändert haben, zu den revolutionären Geistern, die kulturelle, künstlerische, literarische und musikalische Zeitenwenden eingeläutet haben. Die Generation Grau ist nicht mehr grau, wie man es von den Generationen davor vielleicht noch behaupten kann. Die Alten sind bunt und lebendig. Die Alten von Heute sind die Wilden von Gestern.

Die Alten, das sind nach heutigen Mikrozensus- und Marketing-Maßstäben die Menschen ab 50, also die ab 1957 Geborenen. Sie prägen unsere Gesellschaft stärker als je zuvor. Die Wirtschaftsexperten sprechen von der ‚Generation Silber‘, der ‚Silver Generation‘, weil hier die Kaufkraft sitzt. Ein Aspekt, den sich die Kulturschaffenden und die Kulturvermittelnden zu Herzen nehmen sollten, denn in zehn Jahren macht diese Altersgruppe ein Drittel der Bevölkerung aus, 2050 werden es fast 40 % sein.

**Partizipieren statt konsumieren**

Die Senioren von heute sind die Partizipatoren der Popkultur der 1960er und 1970er Jahre. Die Museumspädagogik hat den Dialog, die Partizipation und die Interaktion ins Museum gebracht. Museen sind heute interaktive Lernorte und dies ist im Zeitalter des lebenslangen Lernens aktueller und notwendiger denn je. Der Übergang zu Freiwilligenengagement ist hier fließend.

„Geschichte erleben“ ist z.B. das Motto der aktualisierten Erlebnis-Ausstellung des Hauses der Geschichte in Bonn, das die deutsche Nachkriegsgeschichte auf eine einzigartige museumsdidaktische hochwertige Weise zeigt und erlebbar, erfahrbar macht. Dies spricht auch die Menschen zwischen 50 und 70 an, die etwas erleben und noch viel Lernen möchten. Sie sind agil und gehen zielgerichtet vor. Das heißt, wenn sie im Museum sind, wollen sie was Bestimmtes. Und sie löchern die Verantwortlichen, bis die ihnen die Frage z.B. nach „Opa Karl“ beantworten, der hier noch am Hochofen gestanden hat. Ihre Anknüpfungspunkte sind die Themen, die sie schon lange begleiten, die Zeiten, in denen sie selbst als Denkende und Handelnde, Nachvollziehende lebten.

---

<sup>6</sup> Wir danken Frau Röhricht, dass Sie uns freundlicherweise Ihr Vortragskript für das Protokoll zur Verfügung gestellt hat.

Kulturpädagogen müssen sich nicht neue Qualifikationen in der Arbeit mit älteren Menschen aneignen. Wichtig ist aber, sich zu vergegenwärtigen, dass in der Kulturarbeit mit den agilen Alten das ‚Setting‘ ein Mitmachen und Mitreden möglich macht. Verbinden und Partizipieren sind hier wichtiger als Vermitteln. Hier liegt der Schlüssel zu den Bedingungen, die für ältere Museumsbesucher geschaffen werden müssen.

### **Design for All**

Ein weiterer wichtiger Grundgedanke ist das ‚Inklusive Design‘ oder auch ‚Design for All‘, das bereits deutlich in der Produktschiene der Wirtschaft zu wirken beginnt. Übertragen auf die Museumswelt ist der Grundgedanke: Wer ein museumspädagogisches Konzept erstellt, der sollte die Bedürfnisse von Menschen mit Einschränkungen berücksichtigen. Damit ist nicht Barrierefreiheit ausschließlich im räumlichen Sinne (Rollstuhlrampe etc.) gemeint, sondern auch im Präsentationsbereich und in den Geschwindigkeiten der Kulturvermittlung. So ist ein Museumskonzept, das für Ältere oder Behinderte geeignet ist, gleichzeitig für alle anderen Menschen ohne Handicaps geeignet. ‚Inclusive Design‘ hat sich auf das Design, die Implementierung und die Evaluation von barrierefreien Informations- und Kommunikationstechnologien im beruflichen, öffentlichen und privaten Kontext spezialisiert. Die Arbeit des Bereichs basiert auf der These, dass geeignet gestaltete Technologie einen wichtigen Beitrag zur Stärkung bislang benachteiligter bzw. ausgegrenzter Personen oder Gruppen in der Informationsgesellschaft leisten kann. Hier liegt der simple ‚Schlüssel‘ zur Zielgruppe der Seniorinnen und Senioren.

### **Handwerkszeug**

Was braucht es also ganz praktisch, um die Älteren mitzunehmen?

- Große Schriften
- Gute Lautstärke
- Sitzmöglichkeiten, keine langen Wege
- Entdeckung der Langsamkeit

Museumspädagoginnen und –pädagogen müssen sich in ihrer Arbeit mit der Zielgruppe Senioren auf die speziellen Bedingungen des Zugangs von Älteren zu Kultur einstellen. Und oftmals vielleicht eher fragend und im Dialog vorgehen, als ausschließlich vermittelnd oder gar belehrend.

- Konzepte für die Jungen schließen Alte aus.
- Konzepte für die Alten schließen Junge ein.
- Konzepte, die einfach sind, erreichen Alle.

Der reiche Schatz an Erfahrungen lässt Senioren auf alles, was sie sehen und erfahren mit einer Erinnerung reagieren. Im Dialog lernend und selbst vermittelnd tätig werden – so ticken Senioren.

## **Generationen-Kultur-Marketing**

### **Bettina Rinke, Museumsinitiative OWL e.V., Detmold**

Die Generation Grau gibt es nicht. Vielmehr muss man jenseits der 50+ mehrere Generationen unterscheiden. Der Begriff ‚Senior‘ ist dabei nicht sehr erfolgreich, weil er – zumindest in Deutschland – im Sinne von ‚alt‘ negativ besetzt ist. Besser, das hat die Wirtschaft längst erkannt, funktionieren Aufwertungen wie ‚plus‘, ‚silber‘ oder ‚best‘. Diese Aufwertung deckt sich mit Selbstverständnis der älteren Menschen, die seit den 1950er Jahren Beiträge zum Wiederaufbau und Wirtschaftswunder in Deutschland geleistet und zum Teil große Kompetenzen und viel Wissen erworben haben.

### **Dialog als Methode**

Wer Kulturangebote für die Älteren schaffen will, kommt um den Dialog mit ihnen nicht herum. Nur die Befragung des ‚Kunden‘ garantiert die dauerhafte Befriedigung ihrer Bedürfnisse. Vorzugsweise sollte die Evaluation im Vorfeld der Entwicklung des Angebots stattfinden. Dazu ein Beispiel aus der Praxis: Die Ränge eines Schauspielhauses blieben leerer als erwartet. Die Befragungen ergaben, dass vielen der Älteren, die sonst kamen, die Stücke zu modern inszeniert waren: Es gab „zu viele Nackte“. Daraufhin führte das Schauspielhaus die ‚Blaue Stunde‘ ein, ein moderiertes Gespräch, in dem die Regisseure ihre Inszenierungen den Theaterbesuchern näher brachten. Das führte zu gegenseitigem besserem Verständnis und die Ränge füllten sich wieder.

### **(Kultur-)Konsum-Profil**

Welche Konsum- und Kulturgewohnheiten haben ältere Menschen? Sie sind sicherlich anspruchsvoll, erwarten guten Service, persönlichen Kontakt, Qualität, räumliche Nähe zum Wohnort, bequemen Konsum. Es kommt ihnen dabei eher auf den seniorengerechten Inhalt als auf das ‚Senioren-Etikett‘ an. Zwei Beispiele aus der Wirtschaft verdeutlichen dies noch einmal eindrücklich: Die Mercedes-A-Klasse zielte ursprünglich auf den jungen, finanzstarken Stadtbewohner. Tatsächlich gekauft wurde der Wagen von Senioren, da man im Alter gut in den Wagen ein- und aussteigen kann, die Bedienung einfach, der Wagen im Stadtverkehr wendig ist.

Ein weiteres Beispiel: Ein britischer Babynahrungsproduzent stellte fest, dass ein Viertel seiner Produkte von Senioren gekauft wurde. Daraufhin brachte er das gleiche Produkt als Senioren-Nahrung auf den Markt. Der Erfolg blieb aus, da das Produkt mit ausdrücklichem ‚Senioren-Etikett‘ nicht gekauft wurde.

Weniger Probleme bereitete das Senioren-Etikett bei der Akzeptanz des ersten Kulturführers für die Generation 60plus in Hamburg. Im Februar 2007 stellte der Landes-Seniorenbeirat Hamburg seinen ersten „Senioren Kulturführer Hamburg“ vor. Das Nachschlagewerk informiert mit Farbfotos und kurzen Artikeln, welche Kulturstätten auf die Bedürfnisse von Seniorinnen und Senioren eingehen. Dazu zählen nahezu alle Theater, Museen sowie einige Kinos, Musik- und Literatur-Veranstaltungsorte. Großen Wert legte der Herausgeber auf die Einbeziehung der Stadtteil-Kulturzentren, da deren Angebote in unmittelbarer Wohnortnähe öfter kaum bekannt sind. Der Senioren Kulturführer gibt zudem auch Auskunft über



Preisgestaltung, Tagesangebote, Barrierefreiheit und die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

### **Erfolgsfaktoren für Seniorenkultur**

Erfolgversprechend sind Kulturveranstaltungen für kleine Gruppen mit einer individuellen Betreuung, vorzugsweise an frühen Nachmittagen oder vormittags. Inhaltlich müssen die Angebote erlebnisorientiert konzipiert sein mit einem geselligen Umfeld wie Kaffee und Kuchen. Die Führerinnen und Führer sollten sich zielgruppenorientiert einer klaren Sprache bedienen, ohne Anglizismen, laut und verständlich, evtl. mit technischer Unterstützung wie Mikrofonen, Lautsprechern oder mobilen Hörsystemen. Für die weniger mobilen Älteren sollten Sitzgelegenheiten, vielleicht sogar ein Hol- und Bringservice eingerichtet werden. Hybridformen der Angebote sind gefragt: Mischungen aus Kultur – Reisen und Wohlfühlen.

### **Ausbaupotenzial Alt und Jung**

Ein ausbaufähiger Aspekt der Bildungsarbeit für ältere und mit älteren Menschen ist der generationsübergreifende Dialog. Viele Ältere wünschen sich, ihr Wissen und ihre Erfahrung an die Jüngeren weitergeben zu können. Ein gelungenes Beispiel dafür ist das südwestfälische Projekt „Tatort Technik. Alt und Jung auf Spurensuche“ ([www.tatorttechnik.kulturregion-swf.de](http://www.tatorttechnik.kulturregion-swf.de)). „Tatort Technik“ entstand im Rahmen des Projektes mehrkultur55plus, das das Institut für Bildung und Kultur e.V. (IBK) in Remscheid landesweit in Nordrhein-Westfalen durchführte, um Kulturangebote für ältere Menschen auszubauen. In acht Regionen in NRW initiierten und begleiteten sogenannte Dialogmoderatoren vor Ort den Austausch von Kunst- und Kulturanbietern und interessierten älteren Menschen, bzw. Seniorennetzwerken und -initiativen. Daraus entstanden konkrete Aktivitäten und Projekte ([www.ibk-kultur.de](http://www.ibk-kultur.de)).

In der Kulturregion Südwestfalen schlossen sich mehrere Museen mit dem Thema Technikgeschichte zusammen und entwickelten die Veranstaltungsreihe „Geschichte und Geschichten“ speziell für Großeltern und Enkelkinder. Bei allen beteiligten Museen liegt für die Teams aus Großeltern und Enkelkindern ein Tatort-Pass aus. Wer sich damit ausweisen kann und fleißig Stempel sammelt, dem winkt bei vollem Pass eine kleine Prämie. Das Projekt wird vom Servicebüro der Kulturregion Südwestfalen und dem Förderverein WasserEisenLand e.V. unterstützt und durch den Ministerpräsidenten des Landes NRW aus Mitteln der Regionalen Kulturpolitik gefördert.

### **Herausforderungen**

Wer künftig seniorengerechte Kultur anbieten möchte, sollte jedoch nicht nur an die aktiven, kaufkräftigen Menschen über 50 denken. Tatsache ist, dass die Kulturschaffenden sich künftig auch mit dem Thema Altersarmut auseinandersetzen müssen und sich zudem der Herausforderung stellen sollten, auch ältere Menschen mit Migrationshintergrund in ihre Überlegungen für Kulturangebote einzubeziehen.

## **Forever begin: Kunst und Kultur im Alter – Erfahrungen aus Europa und dem Netzwerk age-culture.net**

**Almuth Fricke, Projektkoordinatorin age-culture.net,  
Institut für Bildung und Kultur e.V. (IBK), Remscheid<sup>7</sup>**

„Forever begin“ lautet das Motto des diesjährigen Bealtaine Festival. Jedes Jahr im Mai wird in Irland mit diesem landesweiten Festival der Kreativität von alten Menschen als Kulturmacher, Kulturpublikum und Kulturorganisatoren eine Bühne gegeben. Das Festival ist eine Plattform für die eigenschöpferische Beteiligung älterer Menschen an Kunst und Kultur, sei es nun in Theater, Tanz, Bildender Kunst, kreativem Schreiben, Erzählen oder Medienkunst, aber auch für die Kreativität älterer Künstler und ihren künstlerischen Beitrag. Das Zitat „Forever begin“ beschreibt programmatisch das Anliegen der Ausrichter von „Age & Opportunity“: Ganz egal, wie alt wir sind, öffnet uns die Gelegenheit zur (Wieder)Entdeckung unserer künstlerischen Kreativität und Talente Türen zu gesellschaftlicher Teilhabe und persönlicher Erfüllung. 2006 haben 262 Festivalpartner über 1.000 kleinere und größere Kulturevents aller Kunstsparten in 26 irischen Landkreisen organisiert, an denen ca. 40.000 ältere Menschen teilgenommen haben ([www.bealtaine.com](http://www.bealtaine.com)).

Dieser gesellschaftspolitische Ansatz, ältere Menschen nicht nur als schutz- und betreuungsbedürftige Gruppe zu betrachten, die lediglich etwas über das Vergangene zu berichten haben, sondern als kulturell kreative Menschen mit einem innovativen Potenzial auch für die Zukunft, ist vor allem in den angelsächsischen Ländern, aber auch in den Niederlanden und Skandinavien zu finden und zu einer der Leitlinien der Netzwerkarbeit des age-culture.net geworden.

### **Das europäische Netzwerk für Kultur und Alter**

Den Anstoß zu age-culture.net gab die Gründung von SEN@ER durch das Land NRW. Die Abkürzung steht für Seniorenwirtschaft Netzwerk der Europäischen Regionen ([www.silvereconomy-europe.org](http://www.silvereconomy-europe.org)). Auch die Arbeit von SEN@ER, dem mittlerweile sechzehn Regionen aus ganz Europa angehören, wird von einem Potenzial- statt einem Defizitdiskurs bestimmt. Die europaweite Alterung der Gesellschaft soll nicht ausschließlich als Herausforderung für die Sozialsysteme betrachtet werden, sondern als Chance für eine gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung. In mehreren Arbeitsgruppen von SEN@ER wurde eine konkrete Zusammenarbeit in den wichtigsten Feldern des Lebensalltags älterer Menschen vereinbart: selbst bestimmte Lebensführung, Gesundheitspflege, Finanzdienstleistungen, Tourismus und nicht zuletzt Kultur (ageing & culture).

Dies war die Geburtsstunde des Europäischen Netzwerks für Kultur und Alter. Mit der Unterstützung des Landes NRW entstand eine europaweite Zusammenarbeit von Akteuren aus dem Bereich der Seniorenkultur, die es so in Europa bisher nicht gab. Seit der Gründung von age-culture.net arbeiten Kulturschaffende, Kulturvermittler und Kulturproduzenten sowie Vertreter aus kulturellen Einrichtungen, Verwaltungen und Verbänden aus NRW und weiteren deutschen Bundesländern mit Regionen in Belgien, England, Irland, Finnland, Österreich, Niederlande, Schottland, Spanien und Ungarn im Netzwerk zusammen ([www.age-culture.net](http://www.age-culture.net)).

---

<sup>7</sup> Wir danken Frau Fricke, dass Sie uns freundlicherweise Ihr Vortragsskript zur Verfügung gestellt hat.

## **Alter, Kultur und Kulturwirtschaft in Europa**

Der demographische Wandel und seine gesellschaftlichen Folgen betreffen nicht nur Deutschland, sondern – in Abstufungen – alle europäischen Staaten. In Europa gehen die Geburtenzahlen insgesamt zurück, während die Lebenserwartung durchschnittlich steigt, wenn auch nicht überall und für alle Bevölkerungsgruppen in gleichem Maße. Man kann jedoch festhalten: Die ‚Lebensphase Alter‘ ist heute europaweit einer Mehrheit der Bevölkerung zugänglich. Das ist historisch neu und eine zivilisatorische Errungenschaft, die es auch auf europäischer Ebene zu gestalten gilt. Dementsprechend ist die Alterung der Gesellschaft nicht nur Thema der gesellschaftspolitischen Debatte bei uns, sondern auch auf EU-Ebene. In EU-Parlament und Kommission wird in jüngster Zeit über Strategien diskutiert, um der Herausforderung zu begegnen.<sup>8</sup>

Gleichzeitig findet in der europäischen Kulturpolitik derzeit ein Paradigmenwechsel statt, der als „cultural turn“ bezeichnet wird. Bis Anfang der 1990er Jahre und den Verträgen von Maastricht wurden Kultur und Kulturpolitik in Europa ausschließlich als Aufgabe der einzelnen Mitgliedsstaaten betrachtet. Erst ab 2000 wurde erstmalig mit dem Programm „Kultur 2000“ ein europäisches Förderinstrument für kulturelle Zusammenarbeit geschaffen – allerdings mit im Vergleich zu anderen EU-Töpfen sehr bescheidenen Mitteln. Mittlerweile, nicht zuletzt als Folge des gescheiterten Verfassungsprozesses, wächst das Bewusstsein für die identitätsstiftende Bedeutung und Integrationskraft von Kultur und kultureller Zusammenarbeit in Europa. So sprach der aktuelle Kommissionspräsident Barroso sogar kürzlich davon, dass „Kultur für die EU kein Luxus, sondern eine existentielle Notwendigkeit sei“<sup>9</sup>.

Diese neue Einschätzung geht mit der Erkenntnis einher, dass der europäische Kultursektor überdurchschnittlich zum wirtschaftlichen Wachstum beiträgt und von großer Bedeutung für den europäischen Arbeitsmarkt ist. Dies sind die Ergebnisse einer Studie, die die Europäische Kommission kürzlich vorgelegt hat. Mit 5,8 Millionen Arbeitnehmern sind 3,1% der gesamten Zahl von Beschäftigten in der EU25 im Kulturbereich tätig. Im Jahr 2003 steuerte die Kultur 2,6 % Prozent des Bruttoinlandsproduktes (BIP) der EU bei – Tendenz steigend. Es ist höher als der BIP der Ernährungsbranche (1,9 %) oder der Chemieindustrie (2,3 %). Kulturwirtschaft wird aufgrund dieser Studie erstmals als relevant für die Ziele der sogenannten Lissabon-Strategie erkannt, durch die die EU bis 2010 zum „ersten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt“ werden möchte.

## **Kultur und Alter als Querschnittsthema**

Die Verknüpfung der beiden Themen ‚Alter und Kultur‘ steht zwar noch nicht explizit auf der EU-Agenda und ist auch noch nicht wirklich in den Köpfen der Europapolitiker angekommen, doch wird in jüngeren Stellungnahmen des EU-Parlaments und in von der EU beauftragten Studien immer wieder auf diesen Zusammenhang verwiesen.

Fest steht: Damit sich ältere Menschen dauerhaft aktiv an gesellschaftlichen Prozessen beteiligen können, dürfen im Alter kulturelle Teilhabe und Bildung nicht enden. Dies ist auch im Interesse der EU. Durch die Beförderung einer aktiven

---

<sup>8</sup> Auf der Konferenz „Culture: A Sound Investment for the EU“ im Dezember 2006 in Brüssel.

<sup>9</sup> Vgl. z.B. das Grünbuch der europäischen Kommission „Angesichts des demografischen Wandels – eine neue Solidarität zwischen den Generationen“, KOM (2005) 94 endgültig.

europäischen Bürgerschaft will sie die Identität Europas und der Europäer stärken. Dafür braucht sie auch die ältere Generation.

### **Ältere Europäer als kulturelles Gedächtnis Europas**

Die persönlichen Geschichten der heutigen Generation älterer Europäer bergen viele Facetten der jüngeren europäischen Geschichte. Aus der eigenen Erfahrung kennen sie Krieg und Nachkriegszeit. Sie wissen zu schätzen, was Europa ihnen zu bieten hat, nämlich Frieden und politische wie wirtschaftliche Stabilität. Das Projekt „Making Memories Matter – Erinnerungen Raum geben“ zeigt anschaulich, wie ältere Menschen sich als Zeitzeugen identitätsstiftend für Europa engagieren können. „60 Jahre nach dem Ende des 2. Weltkriegs und ein Jahr nach der Osterweiterung der EU fand das Europäische Erinnerungsnetzwerk (European Reminiscence Network) eine ganz besondere Form kreativer Geschichtsvermittlung. An sieben Orten in sieben Ländern gestalteten ältere Menschen ‚Erinnerungskisten‘ mit den Geschichten ihres Lebens. Mehr als 120 Männer und Frauen füllten in Tschechien, Spanien, Rumänien, Polen, Finnland, Deutschland und England ausrangierte Munitionskisten mit ihren Erinnerungen. Beraten und unterstützt wurden sie dabei von lokalen Künstlern. Eine Auswahl dieser Kisten wurde von den Partnern in Kassel zu einer Wanderausstellung zusammengestellt und auf eine 13.000 Kilometer lange Reise quer durch Europa geschickt. Kinder in London und Jugendliche in Kassel entwickelten aus den Geschichten in den Kisten Theaterstücke. In Barcelona beteiligten sich Menschen mit Demenz und ihre Familien an dem Projekt, unterstützt von einer medizinischen Fakultät. In London setzten sich Migranten aus Asien und Afrika mit den Erinnerungen auseinander. Über Sprach-, Kultur- und Generationsgrenzen hinweg vermitteln sich so die Geschichten individueller Erfahrung von Glück und Leid, vor allem aber von der Leistung der älteren Menschen für ein zusammenwachsendes Europa.

([www.agathof.de/Erinnerungen\\_Raum\\_geben.cfm](http://www.agathof.de/Erinnerungen_Raum_geben.cfm). und [www.europeanreminiscencenetwork.org](http://www.europeanreminiscencenetwork.org))

### **Buntes Europa: Ältere bauen Brücken zwischen den Kulturen**

Ältere sind jedoch nicht nur Bewahrer der Vergangenheit. Einem Großteil der heutigen und künftigen Generationen der Älteren ist Europa zudem wohl vertraut, sie reisen gern und sind interessiert an anderen europäischen Kulturen und Ländern. Viele Westeuropäer verlagern darüber hinaus ihren Alterswohnsitz ins südeuropäische Ausland. So leben beispielsweise mehr deutsche Migrantinnen in Spanien als umgekehrt. Andererseits kommen zahlreiche Migranten und Migrantinnen in den nächsten Jahren in Deutschland in den Ruhestand und könnten ihr Leben ‚zwischen den Kulturen‘ aktiv gestalten. Auch sie können dazu beitragen, dass Brücken zwischen den europäischen Ländern wachsen. Zahlreiche europäische Regionen sind von Migration geprägt. Dies stellt neue Anforderungen an Sozialsysteme, Dienstleistung, Handel, Industrie, Wohnungswirtschaft, Medien und Kultur, um adäquate Angebote und Zugangsmöglichkeiten für diese Gruppe zu entwickeln. Zugleich bringen ältere Migranten und Migrantinnen wichtige und besondere Erfahrungen in die Gesellschaft ein, sie sind ein Schlüssel für die Integration der mittleren und jüngeren Generation von Einwanderern. In den Niederlanden entstand beispielsweise im Zuge des Kulturhauptstadtjahres in Rotterdam das „Euro+Songfestival“. Die Ausgangsidee ist, den Stimmen älterer

Menschen ganz unterschiedlicher kultureller Herkunft während dieses Jahres in einem Gesangswettbewerb eine Bühne zu geben und sie ins Rampenlicht zu stellen. Gleichzeitig können die Teilnehmer aber auch ihr Talent in sogenannten Masterclasses mit hochkarätigen Musikern aus ganz unterschiedlichen europäischen und außereuropäischen Kulturen und Workshops mit jungen Musikstudenten entwickeln. Die gewählte Kunstform Musik bzw. der Gesang verbindet, sie ist offen und zugänglich für alle, egal welchen Alters und welcher Herkunft. Sehr viele ältere Menschen unterschiedlichster kultureller Herkunft beteiligten sich an den Vorentscheidungen und Workshops. 40 standen im großen Finale auf der Bühne im Konzerthaus von Rotterdam vor 2.000 Zuschauern. Das Festival ist ein Ereignis von großer integrativer Strahlkraft zwischen den Kulturen und Generationen. In Zusammenarbeit mit den holländischen Partnern hat age-cultur.net das Format für NRW in dem Projekt „Polyphonie“ weiterentwickelt, das mit der Kulturhauptstadt 2010 seinen Höhepunkt finden soll. ([www.euoplussongfestival.nl](http://www.euoplussongfestival.nl))

### **Lebenslanges Lernen und die Chancen der kulturellen Bildung**

Die aktive gesellschaftliche Teilhabe im Alter und das lebensbegleitende Lernen, auch jenseits der beruflichen Lebensphase, sind wichtige Faktoren für ein gesundes und würdiges Altern. Dies wird auch auf europäischer Ebene erkannt: Die neuen europäischen Bildungsprogramme heißen ab diesem Jahr „Lebenslanges Lernen“ und richten sich an alle Altersgruppen. Eine der Prioritäten in diesen Programmen ist das Lernen im fortgeschrittenen Alter und das generationsübergreifende Lernen. Die Lernbedürfnisse von älteren Bürgern und Strategien, wie man diesen Bedürfnissen gerecht wird, sollen ermittelt werden. Auch fördert die EU die Entwicklung von Methoden für Lehrkräfte, die mit älteren Bürgern arbeiten.

Welche Rolle spielt nun die Kultur im Lebenslangen Lernen? Gerade Kunst und Kultur bieten reizvolle Lernanlässe und sind Türöffner für die Auseinandersetzung mit biografischen Veränderungen. Das Erlernen von heutzutage in Europa unverzichtbaren Kulturtechniken und Schlüsselkompetenzen wie der Umgang mit Informationstechnologie, Erlernen von Sprachen und Mobilität erfolgt im Rahmen künstlerischer Gestaltung auch im Alter spielerisch. Lernen müssen dabei nicht nur die älteren Menschen selbst, sondern vor allem diejenigen, die Kultur und Bildung vermitteln und produzieren. Das Projekt „Scottish Adult Learning Partnership“ – kurz SALP – beschreitet hierbei innovative Wege, um ältere Menschen zu ermutigen, durch künstlerische Betätigung und kulturelle Bildung einen neuen Einstieg in Lern- und Bildungsprozesse zu finden. Kunst und Kultur sind dabei „gateway“ und „pathway“, Zugang und Medium zum Lernen. Dabei hat die SALP besonders die – neudeutsch – bildungsfernen Älteren im Blick. Im März 2006 veranstalteten sie z.B. den Tag „100 Older Learners & The Arts“. Es gab nicht nur Kostproben des energievollen Trommlerensembles und des schottischen Altenballets GENER8, sondern die älteren Teilnehmer konnten an diesem Tag ganz zwanglos die verschiedensten Kunstformen selbst ausprobieren. ([www.salp.org.uk](http://www.salp.org.uk))

### **Die Potenziale der Kulturwirtschaft**

Angesichts des einzigartigen kulturellen Reichtums Europas ist besonders der Kulturtourismus ein wichtiges und weiter ausbaufähiges Wirtschaftssegment im Wettbewerb mit den konkurrierenden außereuropäischen Tourismusregionen. Er zählt zu den Tourismusbereichen mit den höchsten Wachstumsraten. Und:

Kulturtourismus verträgt sich gut mit den Bedürfnissen eines reiselustigen älteren Publikums, das sich immer häufiger dafür entscheidet, sich mit neuen Kulturen zu beschäftigen, und gleichzeitig höhere oder besondere Ansprüche an Komfort und Qualität von Reisen stellt. Wirtschaftlich ist wiederum interessant, dass diese Kundengruppe beispielsweise auch bereit ist, in der Nebensaison zu reisen. Und Kulturtourismus bietet – neben den rein wirtschaftlichen Effekten – auch die Möglichkeit zu Austausch und Begegnung: In NRW finden wir viele Beispiele, wo kulturelles Erbe in kleineren Museen und Industriedenkmalern von älteren Ehrenamtlichen betreut und vermittelt wird. Warum sollten sie dies nicht auch über europäische Grenzen hinweg für Gleichaltrige oder auch Jüngere aus anderen europäischen Regionen tun und beim Gegenbesuch etwas über die Kultur ihrer Austauschpartner lernen? Die verstärkte Förderung von Austausch und Mobilität hat sich die EU in den neuen Förderprogrammen besonders zur Aufgabe gemacht, nicht nur im Bereich des lebenslangen Lernens, sondern auch in den Programmen „Europa für Bürgerinnen und Bürger“. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen e.V. (BAGSO) beteiligt sich aktuell an dem Projekt TravelAGents: Das Projekt will älteren Menschen die Möglichkeit geben, in der Europäischen Union zu reisen, andere Kulturen kennen zu lernen, andere Sprachen zu lernen, Erfahrungen und Ideen auszutauschen, an ehrenamtlichen Aktivitäten teilzunehmen und eventuell auch Jobalternativen zu entwickeln. Senioren aus den zehn Teilnehmerländern (Griechenland, Zypern, Italien, Deutschland, Finnland, Polen, Portugal, Slowakei, Tschechien und Estland) werden ausgebildet, Reisen eigenverantwortlich zu organisieren. Sie nehmen an Testreisen im Rahmen der von ihnen erarbeiteten Reiseprogramme teil und erarbeiten einen seniorenfreundlichen Reiseführer. Ziel ist die Förderung der aktiven gesellschaftlichen Partizipation älterer Menschen und ihrer Mobilität innerhalb der Europäischen Union ([www.travelagentsproject.org](http://www.travelagentsproject.org)).

### **Ältere als Kulturbotschafter und Multiplikatoren**

Ob (Senioren)Kulturtourismus, Biographie- oder Integrationsprojekte – bei den Angeboten für und mit Älteren zählt nicht allein der Inhalt, sondern vor allem auch die Ansprache. Für ein erfolgreiches Projekt bzw. Angebot ist daher die Vermittlung wichtig. Angesichts der demografischen Entwicklung hat das Marketing bereits die Generation 55+ als Multiplikator entdeckt. Das Projekt TravelAGents erkennt die Potenziale der Altersgruppe für die Tourismuswirtschaft. Die Wirtschaft bedient sich für Qualitätstests ihrer Produkte sogenannter Senioren-Scouts ([www.feierabend.de](http://www.feierabend.de)).

Aber auch im Kulturmarketing werden neue Konzepte der Publikumsentwicklung in Zusammenarbeit mit älteren Menschen erprobt: In England wird sehr erfolgreich mit Älteren als „arts ambassadors“ – Kulturbotschafter und Scouts in der eigenen „Peergroup“ – zusammengearbeitet. Schon vor einigen Jahren führte „Kulturkontakt Austria“ mit Partnern aus Schweden, Irland, Luxemburg und Portugal ein europäisches Projekt zum Thema „Museums, Keywork and Lifelong Learning“ durch. Mit Keywork ist eine Arbeitsmethode zur Gewinnung kulturferner Publikumsgruppen gemeint, die Anknüpfungspunkte zwischen den spezifischen Lebenswelten von Personengruppen und kulturellen Institutionen herstellt, Impulse für Lernprozesse gibt und dauerhafte und nachhaltige Beziehungen zu Personengruppen aufbaut, die die Angebote dieser kulturellen Einrichtungen zur Zeit noch nicht nutzen. 2005 hat das Evangelische Erwachsenenbildungswerk Nordrhein (EEB) ([www.ekir.de](http://www.ekir.de))

zusammen mit Düsseldorfer Kulturinstituten das Keywork-Konzept weiterentwickelt.<sup>10</sup> Das museum kunst palast in Düsseldorf ist ein Partner des Evangelischen Erwachsenenbildungswerks Nordrhein. Es setzt seit Herbst 2005 erfolgreich kultur- und kunstinteressierte Menschen als Keyworker ehrenamtlich im Museum ein ([www.museum-kunstpalast.de](http://www.museum-kunstpalast.de)). Fast 80 Personen kamen zur erfolgreichen Einführungsveranstaltung und beteiligten sich an der Ideenfindung für Projekte. Daraus entstanden z.B. ein Stadtteilatelier, Kunstabende, Angebote für japanische Mitbürger in Düsseldorf, Schülerhilfe und Kontaktaufnahme zu Vereinen und Verbänden.

### **Europäische Netzwerkarbeit in age-culture.net**

Die überzeugenden Projekte in den beteiligten Regionen von age-culture.net haben gezeigt, dass man vieles voneinander lernen kann. Seit 2005 organisiert das Netzwerk einen regen Informations- und Erfahrungsaustausch. Durch die Zusammenarbeit sind zahlreiche konkrete Kooperationsvorhaben entwickelt worden.

Weiterhin hat es sich das Netzwerk zur Aufgabe gemacht, die Auswirkungen des demografischen Wandels auf die Kulturpraxis und politische Lobbyarbeit auf regionaler und europäischer Ebene zu kommunizieren. Es organisiert den Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den Partnern der Regionen, gleichermaßen zwischen den aktiven älteren Menschen wie auch zwischen den Kulturanbietern.

Die Koordination von age-culture.net liegt beim Institut für Bildung und Kultur e.V. und seinem Fachbereich „kubia - Europäischen Zentrum für Kultur und Bildung im Alter“: Es informiert über Neues zum Thema in Europa, hilft bei der Partnersuche und bei Kooperationsvorhaben, berät zu europäischen Förderstrukturen, dokumentiert und kommuniziert die Ergebnisse und Anliegen des Netzwerks.

Mehr darüber erfahren Sie unter: [www.ibk-kubia.de](http://www.ibk-kubia.de) / [www.age-culture.net](http://www.age-culture.net)

### **„60+“ – Seniorenprogramm im LWL-Industriemuseum Ziegelei Lage**

**Willi Kulke, Museumsleiter und Astrid Weise,  
freiberufliche Museumspädagogin, Lage**

Auf den ersten Blick ist das LWL-Ziegeleimuseum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe ([lwl-industriemuseum.de](http://lwl-industriemuseum.de)) in Lage kein altersgerechtes Ziel für Menschen über 60 Jahre. Wer ins Museum will, muss mit dem Fahrrad, dem PKW oder einem gemieteten Bus kommen. Der Bahnhof ist rund einen Kilometer Fußweg entfernt. Auch auf dem Gelände gibt es keine kurzen Wege, wenig Sitzgelegenheiten, einige Treppen. Trotzdem experimentiert das Team vor Ort mit Angeboten für die ältere Generation.

---

<sup>10</sup> Vgl. Reinhold Knopp, Karin Nell (Hrsg.): Keywork – Neue Wege in der Kultur- und Bildungsarbeit mit Älteren. Bielefeld, transcript Verlag 2007.

## Kreuzworträtsel-Ralley ohne Akzeptanz

Der erste Versuch sollte älteren Menschen das selbstständige Erkunden des Museums leichter machen. Ein Kreuzworträtsel schien geeignet, weil es an die Alltagsgewohnheiten der Zielgruppe anknüpft. Trotzdem traf es nicht ‚den Nerv‘ der Älteren beim Museumsbesuch. Wissensabfrage im öffentlichen Raum und gegebenenfalls in der Gruppe – also vor Publikum – standen der Akzeptanz im Weg.

## Erfolg mit Erzählcafé „60+“

Der nächste Ansatz war an eine Sonderausstellung gekoppelt. Gezeigt wurde eine Sammlung von Spruchtüchern aus der Region. Die Exponate waren vielen älteren Besuchern aus ihrem eigenen Umfeld im Lippischen bekannt. Eine Museumspädagogin, selbst bereits jenseits der 60 und gebürtig aus der Gegend, entwickelte dazu aus ihrem eigenen Erfahrungsschatz ein Museumsangebot. Besucherinnen und Besucher konnten eigene Spruchtücher mitbringen und tauschten nach der Führung durch die Ausstellung bei Kaffee und Kuchen anhand der Objekte ihre Erinnerungen und Geschichte dazu aus. Der Erfolg war so groß, dass beschlossen wurde, das Angebot zu verstetigen.

## Alltagsgeschichte als Anknüpfungspunkt

Als besonders wichtig erwies sich die Themenauswahl: Inhaltlich müssen die Museumsangebote an die Lebenswelt der Älteren anknüpfen. Besonders die Alltagsgeschichte bietet gute Einstiegsmöglichkeiten, um sich ein Stammpublikum zu schaffen. Die Sonderausstellung „Kaffeezeit“ im LWL-Industriemuseum Ziegelei Lage wurde beispielsweise gut von älteren Menschen besucht. Eine Ausstellung zum Thema Zwangsarbeit war dagegen zu negativ besetzt.

## Partizipation vor Wissensvermittlung

Auch methodisch müssen die Bedürfnisse der Generation 60+ im Mittelpunkt stehen: Unterhaltung und Partizipation sind wichtiger als die reine Wissensvermittlung. Die richtige Atmosphäre ist entscheidend und altersbedingte Einschränkungen müssen mit berücksichtigt werden.



## Hemmschwellen abbauen

Das Lagenser Programm „60+“ versucht z.B. schon bei der Begrüßung Hemmschwellen abzubauen. Hilfreich ist dabei, wenn der Dialog mit den Besuchern quasi auf einer Augenhöhe stattfindet, d.h. wenn die Museumspädagogin selbst 60+

***Links: Seniorin führt Senioren:** Durchaus von Vorteil, wenn die Führung von einem älteren Menschen wie hier durch Janke Walkking durchgeführt wird.  
Foto: © Astrid Weise*



aufweisen kann. Die Begrüßung gibt zudem einen Überblick über den Verlauf des Programms und bietet – soweit möglich – auch schon Einblicke in die Räume, die genutzt werden, z.B. wenn ein kreativer Teil später eingeplant ist.

### **Teil 1: Themendialog**

Der erste Teil des rund zweieinhalbstündigen Programms besteht aus einer informativen kurze Führung. Dieser Part lässt sich immer wieder austauschen. Einzelne Ausstellungsbereiche oder Sonderausstellungen können wechselnd im Mittelpunkt stehen. Berücksichtigt man den Gedanken der Partizipation als wesentliches Bedürfnis der Generation 60+ ist vor allem wichtig, dass schon in der Führung eher ein Gespräch als ein Vortrag stattfindet. In Ergänzung zu den ausgestellten Exponaten können z.B. auch Objekte in die Hand genommen werden, um Erinnerungen in Gang zu setzen.

### **Teil 2: Kaffee und Kuchen**

Der zweite Teil des Programms besteht aus einer unterhaltsamen Kaffee- und Kuchen-Runde. Er dient nicht nur als physische Pause zur Erholung, sondern erlaubt, das Erlebte und Erinnernte direkt auszutauschen und zu verarbeiten. Unter Anleitung und Moderation der Museumspädagogen wird in Lage zusammen gesungen, gedichtet und erzählt und oft ist diese Phase so lebhaft, dass es schwer ist, von dort aus die dritte Phase des Programms zu starten.

### **Teil 3: Kreativ sein**

Dieses dritte Modul ist ein Kreativteil: ein sogenannter Feierabendziegel wird aus Ton gefertigt und verziert. Nicht nur die Trennung von der Kaffeetafel macht den Punkt schwierig. Oft ist das Arbeiten mit Ton für die älteren Menschen ungewohnt. Wichtig ist hier, niemanden zum Fertigen eines Feierabendziegels zu zwingen. Jeder kann mitmachen oder einfach nur zuschauen. Wer will, kann alternativ am Kaffeetisch sitzen bleiben, noch einen weiteren Blick in die Ausstellung werfen oder den Museumsladen besuchen.



*Feierabendziegel: Wenn die Hemmschwellen erst überwunden sind, macht das kreative Arbeiten mit dem Ton viel Spaß. Foto: © Astrid Weise*

Das Programm „60+“ dauert insgesamt bis zu zweieinhalb Stunden und ist auf eine Teilnehmerzahl von 16 bis 20 Personen ausgelegt. Hohe Akzeptanz findet ein Pauschalpreis in Höhe von 9 €/pro Person für Eintritt, Führung und Kaffeegedeck.

Besonderen Anklang findet das Programm bei Altenheimen. Die Betreuer, die das Programm buchen, können im Vorfeld Vorerfahrungen und Einschränkungen der Teilnehmer angeben und inhaltlich wechselnde Themen vereinbaren. Die Teilnehmer, die zum Teil alters- oder krankheitsbedingt nicht mehr selbst so mobil sind, erhalten so auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote, die mit Kaffeetrinken und Kreativphase einerseits bereits vertraute Elemente aufweisen, aber inhaltlich durch wechselnde Themenschwerpunkte in der Führung auch Neues und Abwechslungsreiches bieten. Nachdem mit den Altenheimen in der Region erst

einmal Kontakt geknüpft wurde, sind vielfach kontinuierliche Museumsbesuche daraus entstanden. Aber auch offene Termine alle drei bis vier Monate setzen sich langsam durch.

## **„Das schafften die doch nie – oder wo ein Wille ist, ist auch ein Weg?“ Schwierigkeiten und Lösungswege für Senioren im LWL-Freilichtmuseum Detmold**

### **Gefion Apel, stellvertretende Museumsleiterin, Detmold**

Das LWL-Freilichtmuseum Detmold ist im Hinblick auf seniorenrechtliche und barrierefreie Angebote seit diesem Jahrzehnt auf einem guten Weg. Bereits 1999 ergab eine Besucherbefragung dass 49 % aller Museumsgäste älter als 45 Jahre waren. Das größte Freilichtmuseum Deutschlands hat sich darauf in den letzten Jahren eingestellt.

Die Schwierigkeiten liegen vor allem in Größe und Topographie des Museumsgebietes: Knapp 100 Hektar Museumsgebiet mit über 100 historischen Gebäuden, Wiesen, Gärten und Feldern – das sind lange Wege für Besucher jeden Alters. Die Gästebefragung von 1999 ergab, dass vor allem zu wenig Sitzgelegenheiten und Toiletten vorhanden waren. Senioren-Reiseplaner bemängelten zudem vor Ort eine zu geringe Flexibilität und Mobilität. In den letzten Jahren hat das Detmolder Freilichtmuseum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) daraufhin an infrastrukturellen Lösungen gearbeitet und wird noch weitere inhaltliche Lösungen erarbeiten, um den Service zu verbessern.

Z.B. können Gruppen gehbehinderter Gäste mit ihrem Fahrzeug auf einer neu angelegten Wegeverbindung in die Baugruppe „Paderborner Dorf“ gefahren werden. Alternativ können die Besucher aber auch im Gelände zwei Pferdewagen als Transportmittel nutzen. Rollstühle und Rollatoren können dort mitgenommen werden. Zudem kann man sich im Vorfeld auf der Homepage ([www.freilichtmuseum-detmold.de](http://www.freilichtmuseum-detmold.de)) und vor Ort mit einem Plan über speziell ausgewiesene Rollstuhlwege informieren.

Auch die persönliche Vermittlung ist ein Erfolgsfaktor des LWL-Freilichtmuseums Detmold. Alleine vier Personen stehen im Besucherzentrum für Beratung, Vermittlung und weiteren Serviceleistungen zur Verfügung. In jedem historischen Gebäude steht eine Person als Ansprechpartner bereit. Dies senkt beim Museumsgast die Hemmschwelle, zu fragen und ermöglicht einen direkten Dialog, anstatt Multimedialechnik oder schriftliche Vermittlung nur zu ‚konsumieren‘.

Wenngleich es unter den Museumsangeboten noch keine ausgewiesenen Senioren-Führungen oder -programme gibt, bietet das LWL-Freilichtmuseum Detmold Vieles für Erwachsene, das den Bedürfnissen und Erwartungen der Generationen 60+ entspricht. Die alltagsgeschichtlichen Objekte knüpfen an die Lebenswelt der älteren Menschen an. Spezielle Workshops zur Erinnerungskultur wie z. B. die „Begegnung mit Objekten“ bieten sich besonders für die Älteren an.

Lyrische Gartenspaziergänge und Zeitzeugengespräche treffen auch den Geschmack dieser Generation.

Für die Zukunft ist geplant, insbesondere in den Bereichen „Paderborner Dorf“ und „Sauerländer Dorf“ spezielle Programme wie Führungen und Aktivitäten für Menschen im Alter 60+ anzubieten. 2007 wurde im „Paderborner Dorf“ bereits eine neue Beratungsstelle für Besucher – und dabei wurde insbesondere an ältere Menschen gedacht, die einen geringeren Bewegungsradius haben – in der Nähe der Museumsgaststätte „Im Weißen Ross“ eingerichtet.

### **„Auf einer Augenhöhe“ – Senioren als Ehrenamtliche im Museum**

**Ute Tichatschke, Hüttenmuseum Thale, Geschichts- und Hüttenmuseumsverein Thale am Harz e. V.**

Die Generation 50+ ist für das Hüttenmuseum Thale unersetzlicher Partner – als Museumsbesucher und Museumsmitarbeiter gleichermaßen. Dies resultiert aus der Geschichte des Museums. Rund 300 Jahre lang hat die Hütte über Zeitgeschehen und politische Systeme hinweg die Geschichte der Menschen in Thale bestimmt.

Im Juni 1986 eröffnete das Hüttenmuseum anlässlich der 300-Jahrfeier der Eisenhüttenwerke Thale zunächst als Betriebsgeschichtsmuseum. Nach der Wiedervereinigung wurde das Museum nach kurzer Schließungsphase 1990/91 wieder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Die Trägerschaft hat seither mehrfach gewechselt, aber der Wille, das Museum zu erhalten, blieb bestehen. Seit dem 1. Juli 1998 ist der Geschichts- und Hüttenmuseumsverein Thale am Harz e.V. Träger des Hüttenmuseums Thale und hat derzeit 46 Mitglieder.

Das Museum zeigt die Entwicklung von Eisenverhüttung und Eisenverarbeitung am Beispiel des EHW Thale von einer Blechhütte im Jahre 1686 bis zum industriellen Großbetrieb des 20. Jahrhunderts. Im Mittelpunkt stehen technische Großexponate ebenso wie Zeugnisse der Alltagsgeschichte und des Arbeiterlebens, die geschichtliche und soziale Entwicklung des Betriebes und seiner Beschäftigten. Seit 1995 wird im Hüttenmuseum Thale konkrete Umweltgeschichte gezeigt. Dazu gehören die Wechselbeziehungen zwischen dem Wachsen des Eisenhüttenwerkes und dem Ort Thale sowie der Umgang mit den Belastungen für Mensch, Luft, Wasser und Boden durch 300-jährige metallurgische Produktion. Neu hinzugekommen ist im Jahr 2000 ein Ausstellungsteil, der die ökologische Beseitigung von Industrialtlasten zeigt.

Bereits eine Besucherbefragung im Jahr 2000, die auch eine Altersangabe beinhaltete, ergab, dass die Museumsgäste überwiegend über 50 Jahre alt waren. Der starke Identitätsfaktor und Heimatbezug zieht vor allem ehemalige Mitarbeiter der Hütte ins Museum. Aber auch die Museumsmitarbeiter sind durchschnittlich über 50 Jahre alt, denn das Museum funktioniert nur durch die Mithilfe von Ehrenamtlichen, die sich gleichsam vielfach aus den Reihen ehemaliger Arbeiter rekrutieren.

Hier können sie auch nach dem Ruhestand ihr Fachwissen zur Dokumentation der Exponate beisteuern, an die jüngere Generation weitergeben oder mit Gleichaltrigen die Entwicklungen der DDR-Arbeitswelt diskutieren.

## **„Ich sehe was, was Du nicht siehst“**

### **Generationenwerkstätten verbinden Lebenswelten**

#### **Hauke Schiek, Leiter der Bildungs- und Marketingabteilung im Elementarium, Museum der Westlausitz, Kamenz**

Alt und Jung im Museum – das sind die meisten Museumsgäste: Eltern mit ihren Kindern, Großeltern mit ihren Enkelkindern, Onkel und Tante mit Nichten und Neffen. Doch die Objekte, die sie im Museum sehen, nehmen sie unterschiedlich wahr, denn sie bringen verschiedene Vorerfahrungen und Erwartungen mit. Die Älteren wollen sich erinnern und ihr Wissen und ihre Erfahrungen an die Jüngeren weitergeben. Die Jungen wollen auf möglichst unterhaltsame Weise etwas Neues lernen und ausprobieren.

#### **Ziel: Dialog zwischen den Generationen**

Das Modellprojekt „Ausgekocht und aufgeblüht! Alt und Jung auf Zeitreise“ des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) hat 2002 das Verhältnis und Potenzial von Alt und Jung im LWL-Industriemuseum ausgelotet und in einer gleichnamigen Wanderausstellung auf den Punkt gebracht. Ziel des fünfzehnmonatigen Projektes, das vom NRW-Familienministerium gefördert wurde, war, beide Generationen zusammenzuführen und den Dialog in Gang zu setzen.

Dreh- und Angelpunkt des Projektes waren das LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen und seine Industriebrache. Die 1987 stillgelegte Hochofenanlage ist für viele ältere Hattinger ehemaliger Arbeitsplatz, verbunden mit vielen Emotionen, die von nostalgischen Erinnerungen bis zu Trauer und Wut über den verlorenen Arbeitsplatz reichen. Für junge Menschen ist die Hochofenanlage ein spannender Ort für Freizeit und Pflichtprogramm als außerschulischer Lernort.

#### **Vorurteile zwischen Generationen abbauen**

Die erste Hürde bestand darin, Mitstreiter zu finden. Jugendliche zwischen zwölf und neunzehn Jahren ließen sich schnell über Schule und Jugendinitiativen anwerben. Schwieriger war es, Menschen zwischen 60 und 80 Jahren aus Seniorenheimen und -initiativen zu gewinnen, da diese entweder nicht mehr so mobil und selbstbestimmt handeln konnten oder ihr Kalender mit vielen Aktivitäten bereits gefüllt war. Außerdem gab es auf beiden Seiten im Vorfeld durchaus Bedenken: Die Senioren fürchteten Respektlosigkeit von Jugendlichen. Die Jugendliche hatten Angst vor ewigen Monologen, verschlossenen Ohren und passiver Lebenshaltung der Senioren.

Um diese Vorurteile aus dem Weg zu räumen, wurden zum Projektstart zunächst getrennte Informationsveranstaltungen durchgeführt. Die Älteren trafen sich bei Kaffee und Kuchen im Stile eines Erzählcafés. Die Jüngeren nutzen den Schulunterricht und organisierten Besuche für eine erste Information.

Erst nach dieser Aufwärmphase wurden Alt und Jung in Generationenwerkstätten zusammengeführt. Gemeinsam unternahmen sie Zeitreisen in die Geschichte der Henrichshütte. Sie untersuchten die Natur im Schatten des Hochofens, spürten Unterschiede zwischen Damals und Heute auf, lernten sich kennen, erzählten von

der Maloche vergangener Zeiten und den Erwartungen an eine Zukunft nach dem Strukturwandel, arbeiteten ihre Erlebnisse in gegenseitigen Interviews und Kunstprojekten auf. Insgesamt beteiligten sich 2002 rund 1.200 Junge und Alte an dem Modellprojekt.

### **Erlebnisausstellung für Jung und Alt**

Daraus entstand eine Wanderausstellung mit neun Stationen, die Menschen von neun bis 99 Jahren anregte, mit der anderen Generation ins Gespräch zu kommen. Die Erlebnisausstellung wurde am 2. August 2002 im LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen eröffnet und wanderte bis 2004 durch verschiedene Städte; u.a. war sie im Landeshaus des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) in Münster, im LWL-Textilmuseum in Bocholt, in den Rathäusern der Städte Recklinghausen und Sundern, im Kreishaus in Schwelm, in Seniorenwohnheimen der Städte Ahaus und Heek, sowie auf der Seniorenmesse in Essen und im Informationszentrum Emscher Landschaftspark Haus Ripshorst des Regionalverbandes Ruhr (RVR) zu sehen.

Jede Erlebnisstation der Wanderausstellung bot nicht nur Ausstellungsstücke zum anschauen, sondern forderte die Besucher auf, selbst etwas zu tun: drehen, zasten, drücken, riechen und hören. Nachdem die Besucher an der Duftorgel gerochen, den Hochofen ‚en miniature‘ ertastet und Arbeitsgeräusche gehört hatten, konnten sie eine Henkelmann-Pause einlegen und sich Gedanken über Freizeit heute und früher machen. Dabei zeigte sich: Nichts bleibt wie es ist. Jede Generation hat ihre Moden, ihre Musik, ihre Arbeit, ihre Wohnform und hinterlässt ihre Spuren. Diese zu entdecken macht Spaß und fördert das Verständnis für einander. Der 62-jährige Hattinger Heinrich Wittkopf resümierte stellvertretend als Projektteilnehmer: "Mein Bild der jungen Generation hat sich verändert, ist ein bisschen Richtung Verständnis und Toleranz gegangen. Die Vorurteile, die auch bei mir bestanden, haben sich aufgeweicht." Der Dialog zwischen Alt und Jung war erfolgreich.

### **ZeitReise, Generationsübergreifende Industriebrachenerkundung für Jung und Alt im LWL-Industriemuseum Henrichshütte Hattingen**

#### **Alrun Jahn, freiberufliche Museumspädagogin, Essen**

2002/2003 führte der Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) das intergenerative Modellprojekt „Ausgekocht und Aufgeblüht! Alt und Jung auf Zeitreise“ durch.<sup>11</sup> Daraus entstand auch das museumspädagogische Programm „ZeitReise“, das bis heute die Ergebnisse im LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen nachhaltig festhält. Die ZeitReise wendet sich – wie das Ausgangsprojekt – an altersgemischte Gruppen, z.B. Schulklassen von Primar- bis Sekundarstufe oder

---

<sup>11</sup> Vgl. den Tagungsbeitrag: Ich sehe was, was Du nicht siehst. Generationenwerkstätten verbinden Lebenswelten von Hauke Schiek, Leiter der Bildungs- und Marketingabteilung im Elementarium, Museum der Westlausitz, Kamenz.

andere Jugendgruppen in Verbindung mit Senioreninitiativen oder auch an Großfamilien mit Enkelkindern, Kindern, Eltern, Großeltern, Nichten, Neffen, Onkeln und Tanten. Maximal 25 Personen können mitmachen.

Ziel des Museumsangebots ist es, den Generationsaustausch zwischen Alt und Jung anzuregen, Geschichte zu vermitteln, gemeinsame Gestaltungskompetenzen zu fördern und für die Schönheit und den Wert von Industrienatur zu sensibilisieren. Methodisch nutzt das museumspädagogische Programm Elemente der Naturerlebnis-Pädagogik: Es will die Teilnehmer aus der Reserve locken, die unterschiedlichen Sichtweisen der Generationen aufdecken und austauschen.

Inhaltlich schlägt die ZeitReise in mehreren Etappen den Bogen vom Strukturwandel der Gegenwart zur historischen Arbeitswelt des Eisenhüttenwesens und in die Zeit davor. Verglichen werden Lebens- und Arbeitsweisen vor, während und nach der Industrialisierung, der damit jeweils verbundene technologische Fortschritt versus Rationalisierung, wachsende Mobilität contra Ressourcen- und Raumverbrauch, Landschaftswandel und nicht zuletzt auch Renaturierung und Pflanzenökologie.

### **Gordischer Knoten baut Hemmschwellen ab**

Wichtig für ein intergeneratives Programm ist es, gleich zu Anfang Berührungsängsten zwischen den Teilnehmern abzubauen, insbesondere wenn sie sich nicht so gut kennen. Hier hilft ein Auflockerungsspiel, bei dem alle mitmachen müssen. Die Teilnehmer bilden einen Kreis. Alle schließen die Augen und greifen wahllos aus der Mitte je zwei andere Hände. Wichtig ist, dass keiner einfach nur die Hände des Nebenmanns greift, sondern fremde Hände aus der Mitte. Sind alle miteinander verbunden, werden die Augen geöffnet. Ohne die Hände loszulassen, muss der Knoten jetzt entwirrt werden. Man kann über die Händebrücken hinwegsteigen oder unten hindurch kriechen. Dadurch lernt man einander kennen.

### **Auf der Zeitfährte durch die Geschichte der Henrichshütte**

Im nächsten Schritt werden die Teilnehmer auf die „Zeitfährte“ der Henrichshütte gesetzt. Jeder Teilnehmer sammelt selbstständig Objekte im Museumsgelände, die er in ein Zeitraster einordnen soll: die „Vor-Hüttenzeit“ (vor 1850), die „Hüttenzeit“ (1850-1987) oder „Nach-Hüttenzeit“ (1987-heute). Das selbstständige Erkunden gibt jedem Teilnehmer Raum für individuelle Erkundungen und Entdeckungen. Der Sammlerinstinkt führt zu einer sinnlich-tastenden Annäherung an die Industriebranche.

### **Im Zeitquadrat**

Die gesammelten Objekte der Industriebranche werden anschließend zusammengeführt. Dabei hilft das Zeitquadrat, eine Kreidezeichnung auf der Teerfläche, das die Vor-Hüttenzeit, die Hüttenzeit und die Nach-Hüttenzeit symbolisiert. Die Teilnehmer stellen ihre Fundobjekte vor und sortieren sie in die jeweiligen Zeiten ein. Kohle, Schiefer oder Fossilien gehören z.B. eindeutig in die Vor-Hüttenzeit. Koks, Kalk, Erze und Eisenschrott sind Relikte der Hüttenzeit. Abfall oder bestimmte Industriebrachenpflanzen sind Nach-Hüttenzeit-Zeugnisse. Ziel dieser Programmphase ist, den Dialog unter den Teilnehmern in Gang zu bekommen. Je nach Gruppenstruktur können sich Jung und Alt helfen. Ehemalige

Hüttenmitarbeiter erkennen beispielsweise leicht Kalk oder Schlacke als Hochofenrohstoff bzw. -produkt, wo die Jüngeren nur bunte Steine sehen.

### **Foto-Klick – Ausgangspunkt Industriebrache**

Die erste Etappe auf der Zeitreise startet in der Gegenwart. Sie zeigt den Teilnehmern die Industriebrache und die Formen- und Farbenvielfalt der Pflanzen sowie ihre oft überraschend extremen Standorte auf Beton und Stahl. Immer zwei Personen bilden ein Team: einer ist der Fotograf – der andere seine ‚menschliche‘ Kamera. Der Fotograf führt seine Kamera, die zunächst die Augen geschlossen halten muss, über das Museumsgelände zu Pflanzen seiner Wahl. Dort stellt er die Kamera ein: Ihr Gesichtsfeld wird genau auf das gewünschte Bild ausgerichtet, Kopf, Knie, Rücken, Arme und Hände können flexibel wie bei einem Stativ gestreckt, geneigt oder gebeugt werden. Der Kamera-Auslöser wird vom Fotografen mit einem Schulterklopfen bedient. Nach maximal drei Sekunden wird die Kamera mit einem zweiten Klopfen schnell wieder geschlossen. Und weiter geht es zum nächsten Motiv. Nach drei Schnappschüssen darf die Kamera mit offenen Augen die drei fotografierten Motive suchen. Sind alle Orte entdeckt, werden die Rollen getauscht. Die Übung schafft Vertrauen zwischen den einzelnen Partnern und fördert vor allem das genaue Beobachten.

### **Magnettour zur Gießhalle**

Der nächste Auftrag führt die Zeitreisenden paarweise oder in Gruppen in die Eisenhüttenzeit. Ausgerüstet mit Handmagneten wird erkundet, was aus Eisen ist. Alles was lose auf dem Weg zur Gießhalle liegt, wird mit den Magneten aufgefischt. In der Gießhalle, dem Herzstück eines Hochofens, werden die Fundstücke präsentiert. Ein älterer Zeitzeuge stellt sich danach für ein lebendiges Frage-und-Antwort-Spiel rund um das Thema Hochofen und Hochöfner zur Verfügung. Er und seine Altersgenossen können ihre Erfahrungen und ihr Wissen an die Jüngeren weitergeben.

### **Visionen alter Zeiten**

Nach der Reise in die Eisenzeit führt das Programm die Teilnehmer nun noch ein Stück zurück in die Vor-Hüttenzeit. Für sie benötigen die Teilnehmer vor allem Fantasie. Die Museumsgäste bilden mit verbundene Augen eine Reihe. Im Gänsemarsch, verbunden durch ein Seil, geht es langsam über das Gelände. Auf dem Weg erzählt die Museumspädagogin vom Wandel der Zeit, als es hier noch keine Industrie, sondern nur das grüne, idyllische Ruhrtal gab. Detailreich entsteht in den Köpfen das Bild des vorindustriellen Hattingen. Die Augenbinde steigert die Vorstellungskraft, mit der das innere Auge ein Bild der Vergangenheit zeichnet. Ist das Bild komplett, dürfen die Augenbinden abgenommen werden. Jetzt können die Gäste die vor ihnen liegende Landschaft genau ins Visier nehmen, Übereinstimmungen und Veränderungen vergleichen. Historische Ansichten der Gegend helfen dabei. Das innere Bild steht in scharfem Kontrast zum aktuellen Landschaftsbild. Weder Alt noch und Jung haben diese Zeit vor 1850 miterlebt. Beide müssen sich auf ihre Fantasie verlassen und ihre Eindrücke von damals und heute vergleichen.

## **Fossiliensuche**

Die letzte Etappe der ZeitReise führt 300 Millionen Jahre zurück in die Geschichte. Spuren dieser Zeit finden sich im LWL-Industriemuseum Henrichshütte am Ruhrtalhang. Gemeinsam suchen die Teilnehmer die beiden großen Fossilien der Wurzel des Schuppenbaumes im Hang. Ein Kohleflöz steht darüber. Wie ist die Kohle entstanden? Was hat das mit den Pflanzenabdrücken zu tun? Hier sind häufig die Jüngeren mit ihrem Wissen aus dem Sach- bzw. Geographieunterricht im Vorteil und können darüber der Gruppe berichten. Die Teilnehmer diskutieren gemeinsam, was der Mensch in der Industrialisierung dank der Kohle alles erreichen konnte. Allerdings hat die Industrialisierung auch schwerwiegende Folgen für die Natur und das soziale Leben.

Mit Helmen, Schutzbrillen und Hammer geht es zum Schuss paarweise auf Fossiliensuche am Tonschieferhang. Viele schöne Fossilien können am Fuße des Hangs einfach aufgelesen werden, andere werden aus dem Gestein mit aufgeschlossen. Jeder darf später sein schönstes Stück mit nach Hause nehmen.

Zum Abschluss fassen die Teilnehmer noch einmal zusammen, was die ZeitReise für sie gemeinsam gebracht hat. Meistens stellen sie fest, dass sie voneinander gelernt haben und – vielleicht noch wichtiger – dass sie gemeinsam viel Spaß hatten.



**Mit Alrun Jahn auf ZeitReise durch das LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen, 18. Mai 2007 ( © Fotos: Annette Hudemann)**



**Das Zeitquadrat:** Die Fundstücke vom Museums-gelände werden datiert.



**Die Magnettour:** Auf dem Hochofengelände wird geprüft, was alles aus Eisen ist.



**Visionen alter Zeiten:** Mit verbundenen Augen entstehen im Schatten des Hochofens Bilder des vorindustriellen Ruhrtals.



**Die Gießhalle:** Hier kommen Zeitzeugen zu Wort.



**Fossilien-suche am Ruhrtalhang:** Lektion aus dem Unterricht – die Jungen erklären, wie Kohle und Fossilienentstanden sind.

## Freitag, 19. Mai 2007: LWL-Freilichtmuseum Hagen, Westfälisches Landesmuseum für Handwerk und Technik

### **Ein Drittel 50plus und überwiegend männlich Fragen zur „Generation Grau“ im LWL-Freilichtmuseum Hagen**

**Dr. Anke Hufschmidt, stellvertretende Museumsleiterin,  
Dr. Hubert Köhler, Museumspädagoge, Hagen**

Das LWL-Freilichtmuseum Hagen, Landesmuseum für Handwerk und Technik, zählt zu den ältesten technikhistorischen Museen in Deutschland: Es wurde 1960 gegründet und 1973 eröffnet. Das Museum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) zeigt rund 60 Werkstätten und Häuser zur Handwerks- und Technikgeschichte Westfalen-Lippes vom Ende des 18. Jahrhunderts bis in das 20. Jahrhundert. Besonders dicht sind Handwerke vertreten, die mit der Metallverarbeitung in Verbindung stehen. Dies ergibt sich aus den dem regionalen Bezug zum angrenzenden märkischen Sauerland und dem Siegerland mit einer weit zurückreichenden Metallverarbeitungstradition. Die herausragende Besonderheit des Freilichtmuseums stellen sicher die vielen Werkstätten im Betrieb dar, mit Vorführungen historischer Handwerkstechniken. In rund 25 Werkstätten erläutern die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Herstellung ganz unterschiedlicher Produkte, z.B. von Nägeln, Möbelbeschlägen, Seilen, Papier und Zigarren.

In dieser speziellen Mischung – der Verbindung von Elementen eines Freilichtmuseums mit denen eines Handwerks- und Technikmuseums – liegt eine gewisse Einmaligkeit des Freilichtmuseums in Hagen zumindest für Deutschland. Viele Menschen wissen dies zu schätzen: Jedes Jahr kommen rund 150.000 Besucherinnen und Besucher.

### **Freilichtmuseum zieht 50+ an**

Wie aber ist die „Generation Grau“ bisher unter den Besuchern vertreten? Eine Besucherbefragung aus dem Jahr 2003 gibt darüber Aufschluss. Die Gruppe der 60- bis 69-jährigen stellt rund 15 % der Museumsgäste, die Gruppe der über 70-jährigen 5 %. Das zeigt zumindest, dass sich die älteren Menschen bei attraktiven Angeboten nicht unbedingt von den Rahmenbedingungen wie der Weitläufigkeit des Geländes und seiner topografischen Gegebenheiten abschrecken lassen. Der zukünftig steigende Anteil von über 70-jährigen an der Gesamtbevölkerung macht es aber zwingend notwendig, über die Verbesserung der Infrastruktur nachzudenken, damit alle Museumsbereiche auch von älteren Museumsbesuchern erreicht werden können.

### **Mehr Männer als Frauen**

Interessant bei der Besucherstatistik von 2003 ist, dass die Geschlechter in den älteren Besuchergruppen nicht gleichmäßig verteilt sind. Schon bei den 50- bis 59-Jährigen, die rund 14 % der Besucher stellen, steigt der Männeranteil kontinuierlich auf über 60 % an; er erreicht bei den über 70-Jährigen sogar fast 80 %. Welche Aufschlüsse die Besucherstatistik für künftige Angebote für die Generation Grau zulassen, ist momentan eher in Fragen, denn in Lösungen zu formulieren. Wenn die Museumsangebote seniorenorientiert sein sollen – müssen die Museumsprogramme

stärker auf Männer als auf Frauen ausgerichtet sein? Oder sollten sie gerade gezielt Frauen ansprechen, um die Besucherbilanz gut ‚gegendert‘ zu haben? Und soll die Zahl älterer Besucherinnen und Besucher systematisch absolut gesteigert werden – oder ergibt sich diese Zunahme zwangsläufig mit der veränderten Altersstruktur der Bevölkerung?

### **Werkstätten in Betrieb und Museumspädagogik für alle Besucher**

Wenngleich knapp ein Drittel der Museumsgäste im LWL-Freilichtmuseum Hagen über 50 Jahre alt sind, gibt es derzeit noch kein ausgewiesenes Angebot für diese Zielgruppe. Die Werkstätten in Betrieb mit persönlicher Vermittlung bieten für die Besucher die optimale zielgruppenorientierte – altersunabhängige – Ansprache. Die zur Zeit 28 auf die Altersgruppen ausgerichteten museumspädagogischen Programme, von der Vorschule bis zu Erwachsenen, haben im vergangenen Jahr fast 9.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gehabt. Die Führungen hinzu gerechnet, erreicht Hagen mit museumspädagogischen Angeboten rund 30.000 Menschen. Das ist knapp ein Fünftel der Besucherinnen und Besucher.

### **Senioren als Experten zur Vermittlung von für Handwerk und Technik**

Durchaus ausbaufähig ist der Einsatz von älteren Menschen als freiberufliche Gästeführer. Wenn Klaus Muckhoff als gelernter Former und studierter Gießerei-Ingenieur Kindern, Jugendlichen oder auch Erwachsenen das Prinzip des Formens und Gießens von Metallen erklärt, überzeugt er durch seine langjährige Berufserfahrung als Werksleiter in verschiedenen Gießereien. Man erkennt in ihm nicht nur den Fachmann, sondern spürt die Liebe zu seinem ehemaligen Beruf. Insbesondere im Dialog mit den Jüngeren ist dies eine besondere Qualität der persönlichen Vermittlung. Auch Henrike Fingerhut bringt ihre langjährige Berufserfahrung mit in ihre Tätigkeit im „Unruhestand“ ein. Als ehemalige Lehrerin für die Sekundarstufen I und II ist ihr der Umgang mit den häufig schwierig zu motivierenden Jahrgängen vertraut. Ein Stichwort dazu ist auch die Begegnung der Generationen, denn der Kontakt zwischen Gästeführern der „Generation Grau“ und Schulklassen bringt zwei Generationen zusammen, die im Alltagsleben, in dem heute Großeltern oft weit entfernt von ihren Enkelkindern leben, mitunter selten aufeinandertreffen.

Was lässt sich abschließend aus den derzeitigen Gegebenheiten ableiten? Ältere Menschen als freiberufliche Gästeführer einzusetzen, ist auf jeden Fall eine ausbaufähige Strategie, die allen Gästen zu Gute kommt. Zu überlegen ist aber darüber hinaus, wie vor dem Hintergrund der eingangs aufgeworfenen Fragen die museumspädagogischen Programme und Führungen behutsam weiterentwickelt werden müssen, um den Bedürfnissen der Generation Grau, soweit sie erkennbar sind, gerecht zu werden.

## Referentinnen und Referenten



### **Gefion Apel, M.A.**

\* 21.9.1964 Heidelberg/Baden-Württemberg; 1992 M.A. nach Studien in Göttingen, Kopenhagen, Oslo; seit 1989 berufliche Aktivitäten an Volkshochschulen, Universitäten; seit 1994 Museumspädagogik/ Öffentlichkeitsarbeit am Westfälischen Freilichtmuseum Detmold – Landesmuseum für Volkskunde; seit 7/2006 Stellvertretende Museumsleiterin des LWL-Freilichtmuseums Detmold, Westfälisches Landesmuseum für Volkskunde.

Kontakt: LWL-Freilichtmuseum Detmold  
Westfälisches Landesmuseum für Volkskunde  
Krummes Haus, 32760 Detmold, T 0 52 31 706 105  
E-Mail: [gefion.apel@lwl.org](mailto:gefion.apel@lwl.org), [www.lwl-freilichtmuseum-detmold.de](http://www.lwl-freilichtmuseum-detmold.de)



### **Henrike Fingerhut**

Lehrerin für Sek. I und II, war bis zu ihrer Pensionierung viele Jahre an einer Hagener Grundschule tätig. Seit etwa sechs Jahren ist Henrike Fingerhut freie Mitarbeiterin im Besucherservice am LWL-Freilichtmuseum Hagen mit Schwerpunkt Museumspädagogik.

Kontakt: c/o LWL-Freilichtmuseum Hagen  
Westfälisches Landesmuseum für Technik und Handwerk  
Mäckingerbach, 58091 Hagen, T 0 23 31 78 07 169  
E-Mail: [freilichtmuseum-hagen@lwl.org](mailto:freilichtmuseum-hagen@lwl.org), [www.freilichtmuseum-hagen.de](http://www.freilichtmuseum-hagen.de)



### **Almuth Fricke**

Kulturmanagerin, 2000-2005; Programmleitung darstellende Kunst und kulturelle Bildung im Kommunikationszentrum die börse, Wuppertal, Konzipierung und Durchführung zahlreicher Projekte im Bereich der Seniorenkulturarbeit, in 2005 Dialogmoderation Region Bergisches Land im Projekt mehrKultur55plus, seit Ende 2005 Koordination des Europäischen Netzwerks für Kultur im Alter "age-culture.net" am Institut für Bildung und Kultur e.V. Remscheid.

Kontakt: European Network for Age&Culture  
Institut für Bildung und Kultur e.V., Institute for Education and Culture  
Küppelstein 34, 42857 Remscheid, T 0 21 91 79 42 99  
E-Mail: [fricke@ibk-kultur.de](mailto:fricke@ibk-kultur.de) [www.age-culture.net](http://www.age-culture.net) | [www.ibk-kultur.de](http://www.ibk-kultur.de)





**Alrun Jahn, M.A.**

\* 1970 in Oberhausen, Studium der Kunstgeschichte, Geschichte, Germanistik an der Ruhr-Universität Bochum. Freie Mitarbeiterin im wissenschaftlichen und museumspädagogischen Bereich u.a. im Kultur- und Stadthistorischen Museum Duisburg, RWE Turm - Dortmund, LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen, Kulturforum Rheine e.V., Ausstellungsmitarbeit an der Ruhr-Universität Bochum, Architekturausstellung, Architekturkolloquium – Gelsenkirchen (Architekturausstellung), Kultur- und Stadthistorisches Museum Duisburg (Sozialhistorische Ausstellungen), Design Zentrum Essen, Zollverein (Designausstellung), Mitglied im Arbeitskreis Museumspädagogik und im Kunstring Folkwang.

Kontakt: c/o LWL-Industriemuseum –  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Henrichshütte Hattingen  
Werksstraße 31-33, 45527 Hattingen, T 0 23 24 92 47 140  
E-Mail: henrichshuette@lwl.org

**Heidemarie Kögler**

berufstätig bis 1999 als Bankangestellte; Im KICK seit der Gründung im März 2000 ehrenamtlich tätig, vorwiegend bei Durchführung von Veranstaltungen, außerdem engagiert beim DRK-Blutspendedienst.

Kontakt: KICK, Städtischer Treff, Hattinger im Unruhestand  
Augustastr. 11, 45525 Hattingen, T 0 23 24 50 18 92  
E-Mail: ibkick@aol.com, www.hattingen.de/kick/



**Dr. phil. Hubert Köhler**

Ausbildung in einem Metallberuf; Diplom-Studiengang an der Fachhochschule Dortmund im Fachbereich Design. Anschließend Studium der Kunstgeschichte, Philosophie und Pädagogik in Münster und Bochum. Abschluss als Magister; Promotion im Fach Kunstgeschichte zu einem Thema aus der angewandten Druckgraphik im späten 19. Jhd. Nebenamtlicher Dozent an Volkshochschulen und anderen Weiterbildungseinrichtungen sowie Denkmalpflege. Seit 1990 Wissenschaftlicher Referent am LWL-Freilichtmuseum Hagen, seit einigen Jahren mit dem Schwerpunkt Museumspädagogik. Lehraufträge in Bochum (zeitweise) und in Dortmund zur Theorie und Praxis der Museumspädagogik. Veröffentlichungen zu Themen aus der Druck- und Papiergeschichte, bildenden Kunst und Industriegeschichte, regionalen Kulturgeschichte sowie museumsrelevanten Themen.

Kontakt: LWL-Freilichtmuseum Hagen  
Westfälisches Landesmuseum für Technik und Handwerk  
Mäckingerbach, 58091 Hagen, T 0 23 31 78 07 169  
E-Mail: h.koehler@lwl.org, www.lwl-freilichtmuseum-hagen.de



**Anja Kuhn, M.A.**

geb. 1966, Studium der Neueren Geschichte, Germanistik und Allgemeinen Sprachwissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seit 1999 Wissenschaftliche Referentin im Westfälischen Industriemuseum mit Arbeitsschwerpunkten für den Museumsstandort Henrichshütte Hattingen und Museumsstandortübergreifend Museumspädagogik. In Arbeit: Dissertation zu Entstehung einer chemischen Industrie in Westfalen im 19. Jahrhundert.

Kontakt: LWL-Industriemuseum  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Grubenweg 5, 44388 Dortmund, T 0231 69 61 139  
E-Mail: [anja.kuhn@lwl.org](mailto:anja.kuhn@lwl.org), [www.lwl-industriemuseum.de](http://www.lwl-industriemuseum.de)



**Klaus Kukuk**

Diplom-Journalistik-Studium an der Uni Dortmund, zusätzlich Soziologie, Psychologie und Filmdesign. Volontariat Westfälische Rundschau und WDR; seit 1988 freier Journalist, Gründungsmitglied des Medien-Networks „Syndikat medienpool“ ([www.synmedien.de](http://www.synmedien.de)), in den folgenden Jahren Korrespondent für die „Metall“, Reuters, PR-Berater für KMUs und Europaabgeordnete; Weiterqualifizierung zum Diplom-Designer 2001 – 12/2004 Leiter des Landesprojekts „Medienkompetenz im Alter“. 2004 Weiterentwicklung des „Age-Explorers“ von Meyer-Hentschel mit Gerontologen, Optikern, Akustikern und Orthopäden. 2005 Gründung von „Focus50plus“ Agentur für Generationenmarketing als Spinoff des Syndikat medienpools. Tätig für Ministerien in NRW und Niedersachsen, Kommunen und versch. Organisationen, die sich mit dem demografischen Wandel befassen. Gehört seit zwei Jahren auch zur Zielgruppe 50plus.

Kontakt: Focus50plus Generationenmarketing  
Büro Unna: Kranenkamp 5, 59423 Unna, T 0 23 03 98 32 17  
E-Mail: [klaus.kukuk@focus50plus.de](mailto:klaus.kukuk@focus50plus.de), [www.focus50plus.de](http://www.focus50plus.de)



**Willi Kulke**

Leiter des LWL-Industriemuseums Ziegeleimuseum in Lage

Kontakt: LWL-Industriemuseum  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Ziegeleimuseum in Lage  
Sprikerheide 77, 32791 Lage, T 0 52 32 94 90 11  
E-Mail: [w.kulke@lwl.org](mailto:w.kulke@lwl.org)  
[www.lwl-industriemuseum.de](http://www.lwl-industriemuseum.de)



**Robert Laube**

Leiter des LWL-Industriemuseums Henrichshütte in Hattingen

Kontakt: LWL-Industriemuseum  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Henrichshütte Hattingen  
Werksstraße 31-33, 45527 Hattingen,  
T 0 23 24 92 47 122  
E-Mail: robert.laube@lwl.org  
www.lwl-industriemuseum.de



**Ursula Lenz**

Jahrgang 1952, Studium der Sozialpädagogik, seit 1976 in der Senioren-Bildungsarbeit tätig als Leiterin der Kölner Seniorengemeinschaft für Sport und Freizeit, als Leiterin des Fachbereiches Seniorenbildung an der Volkshochschule Köln und seit 1999 als Pressereferentin der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen.

Kontakt: Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V.  
Eifelstr. 9, 53119 Bonn, T 02 28 24 99 93 18  
E-Mail: lenz@bagso.de, www.bagso.de



**Klaus Muckhoff**

Gelernter Former und studierter Gießerei-Ingenieur. Langjährige Berufserfahrung als Werksleiter in verschiedenen Gießereien. Nach seiner Pensionierung ist er seit etwa sechs Jahren freier Mitarbeiter am LWL-Freilichtmuseum Hagen im Besucherservice mit Schwerpunkt Museumpädagogik und Besucherführungen.

Kontakt: c/o LWL-Freilichtmuseum Hagen  
Westfälisches Landesmuseum für Technik und Handwerk  
Mäckingerbach, 58091 Hagen, T 0 23 31 78 07 169  
E-Mail: freilichtmuseum-hagen@lwl.org  
www.lwl-freilichtmuseum-hagen.de



### **Börje Nolte**

Studium der Erziehungswissenschaften in Düsseldorf, Köln und Hannover. Abschluss an der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf mit Diplom im Februar 2006. Thema der Arbeit: „Industriemuseum und Erwachsenenbildung? – Museumspädagogische Programme, Praxen und Innovationen für Erwachsene.“ Seit Sommer 2004 freier Mitarbeiter im LWL-Industriemuseum Zeche Nachtigall und tätig als freiberuflicher Museumspädagoge. Schwerpunkte: Entwicklung von museumspädagogischen Programmen, Konzepten und Schulungen sowie Beratung und praktische Durchführung.

Kontakt: Industrie & Kultur – Pädagogische Ideen & Konzepte  
Lichtstr. 78, 40235 Düsseldorf, T 02 11 688 74 83  
E-Mail: boerje\_nolte@yahoo.de



### **Michael Peters**

Leiter des LWL-Industriemuseums Zeche Nachtigall

Kontakt: LWL-Industriemuseum Zeche Nachtigall  
Nachtigallstr. 35, 58452 Witten, T 0 23 02 93 664 0  
E-Mail: michael.peters@lwl.org  
www.lwl-industriemuseum.de



### **Bettina Rinke, M.A.**

Geb. 1955, Kulturwissenschaftlerin  
Studium der Volkskunde, Kunstgeschichte sowie Ur- und Frühgeschichte an der Georg-August-Universität in Göttingen; Wissenschaftliches Volontariat im LWL-Freilichtmuseum Detmold, Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Historischen Museum Bielefeld, Lippischen Landesmuseum Detmold und Gerbereimuseum Enger/Westfalen. Seit 2002 Projektleiterin der Museumsinitiative in OWL e.V. Ausstellungen und Publikationen zu den Themen „30jähriger Krieg in Lippe“, „Detmold um 1900“, „200. Geburtstag von Christian Dietrich Grabbe“, „Elias und Heinrich van Lennep.

Zwei Kupferstecher und Ingenieure“, Industriekultur in Ostwestfalen-Lippe; Konzept für ein Museumsnetzwerk zur maritimen Kultur Cuxhavens. Dialogmoderatorin für MehrKultur 55 plus in Ostwestfalen-Lippe.

Kontakt: Museumsinitiative OWL e.V.  
Ameide 4, 32756 Detmold, T 0 52 31 1 99 25 48  
E-Mail: Museumsinitiative-owl@owl-online.de





### **Nicola Röhrich**

1967 geboren in Hamburg, verheiratet, drei Kinder  
1988 Studium der Kulturpädagogik, Universität Hildesheim  
Schwerpunkte: Kunst, Literatur, Psychologie und Soziologie  
1995 Diplom der Kulturpädagogik; 1995-1996 Fortbildung zur kommunalen Frauenbeauftragten; 2004 Ausbildung zur Kommunikationstrainerin; seit 2003 Projektmitarbeiterin bei der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen (BAGSO) und bei der BAGSO Service GmbH die sich besonders um Verbraucherfragen kümmert. Organisation und Durchführung von Projekten, Veranstaltungen und Seminaren ([www.bagso.de](http://www.bagso.de)).

Kontakt: Ruth Nicola Röhrich  
Cäcilienstr. 12, 53227 Bonn, T 0 228 433 72 14



### **Hauke Schiek**

Geb. 1972 in Hamburg; 1992-1998 Studium der Diplom-Landschaftsökologie an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster, Nebenfächer Zoologie, Botanik und Pädagogik. Auslandsstudium der Biologie und der Forstwissenschaft an der Universität Joensuu, Finnland.  
1998-1999 Leitung von Modellprojekten der Lokalen Agenda 21 in NRW am Schulbauernhof Münsterland e.V. (später Emshof) in Telgte  
1999-2001 Geschäftsführung der Gemeinschaft

für Naturschutz Senne e. V. (GNS) in Schloß Holte-Stukenbrock; 2001-2002 Projektmitarbeiter am LWL-Industriemuseum Henrichshütte in Hattingen zum intergenerativen Modellprojekt „Alt und Jung erkunden die Industriebranche“; seit 2003 Leitung der Bildungs- und Marketingabteilung am Elementarium/Museum der Westlausitz in Kamenz mit den Aufgaben Koordination der naturwissenschaftlichen und kulturellen Bildungsarbeit, Ausstellungskonzeption, Lehrerfortbildungen & Tagungen.

Kontakt: Elementarium, Museum der Westlausitz  
Pulsnitzer Str. 16, 01917 Kamenz, T 0 35 78 78 830  
E-Mail: [hauke-schiek@gmx.net](mailto:hauke-schiek@gmx.net), [www.museum-westlausitz.de](http://www.museum-westlausitz.de)

### **Christa Sprenger**

bis 1991 berufstätig als Chefkosmetikerin; seit 2001 im KICK engagiert in der Programmgestaltung.

Kontakt: KICK, Städtischer Treff, Hattinger im Unruhestand  
Augustastr. 11, 45525 Hattingen, T 0 23 24 50 18 92  
E-Mail: [ibkick@aol.com](mailto:ibkick@aol.com), [www.hattingen.de/kick/](http://www.hattingen.de/kick/)



**Ute Tichatschke**

Geboren 1962; 1980-1985 Studium der Geschichte an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, seit 1994 museumspädagogische Mitarbeiterin und seit 1998 Leiterin des Hüttenmuseums Thale.

Kontakt: Hüttenmuseum Thale, Geschichts- und Hüttenmuseumsverein Thale am Harz e.V.  
Walter-Rathenau-Str. 1, 06502 Thale, T 0 39 47 72 256  
E-Mail: [huettenmuseum-thale@t-online.de](mailto:huettenmuseum-thale@t-online.de)  
[www.huettenmuseum-thale.de](http://www.huettenmuseum-thale.de)



**Astrid Weise, M.A.**

Studium der Neueren Geschichte, Germanistik und Publizistik an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster. 1994 schloss sie den Magister-Studiengang ab. Seit 1997 ist sie freiberuflich als Museumspädagogin für das LWL-Industriemuseum Ziegeleimuseum in Lage tätig. Beim Aufbau des Standorts erarbeitet sie die Abteilung zur Sozialgeschichte der lippischen Wanderziegler.

Kontakt: c/o LWL-Industriemuseum Ziegeleimuseum in Lage  
Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur  
Sprikernheide 77, 32791 Lage, T 0 52 32 9490 0  
E-Mail: [ziegelei-lage@lwl.org](mailto:ziegelei-lage@lwl.org)  
[www.ziegelei-lage.de](http://www.ziegelei-lage.de)



**Dirk Zache**

Museumsdirektor LWL-Industriemuseum

Kontakt: LWL-Industriemuseum  
Grubenweg 5, 44388 Dortmund, T 0231 69 61 0  
E-Mail: [dirk.zache@lwl.org](mailto:dirk.zache@lwl.org)  
[www.lwl-industriemuseum.de](http://www.lwl-industriemuseum.de)