

## Die Corona-Pandemie als Anstoß für neue Vermittlungsformen: Das Museumsdorf Cloppenburg

Als das Museumsdorf Cloppenburg im März 2020 aufgrund von Covid-19 zunächst schließen musste und der Betrieb anschließend eingeschränkt wiederaufgenommen wurde, war schnell klar: Eine Strategie musste her, um den Kontakt zu unseren Besucher:innen auch weiterhin zu pflegen. Wir Mitarbeitenden sahen uns plötzlich vor der großen Herausforderung stehend, ein Museum, das so stark vom Lernen durch die unmittelbare Erfahrung lebt – sei es in Form praktisch ausgerichteter pädagogischer Angebote für Gruppen, sei es durch das Kennenlernen des historischen Handwerks oder schlicht und einfach durch das Betreten eines historischen Gebäudes und dessen Erkundung mit allen Sinnen –, trotz Schließung im Bewusstsein der Menschen zu halten und Möglichkeiten zur Teilhabe zu schaffen. Doch nicht nur der Umgang mit dem Publikum war ein Thema, das uns beschäftigte, auch intern war ein Umdenken erforderlich. Denn gerade Aufgaben wie das Durchführen pädagogischer Angebote, der Ausstellungsaufbau, Arbeiten an den Häusern und im Gelände oder auch das Kreieren von Inhalten für die verschiedenen digitalen Kanäle erfordern oft zwangsläufig eine persönliche Anwesenheit der Beteiligten. Vor allem, weil die Museumsarbeit häufig ein enges Arbeiten im Team mit sich bringt und davon auch stark profitiert, war es uns wichtig, eine Lösung zu finden, um trotz des räumlichen Abstandes weiterhin gemeinsam an den laufenden und geplanten Projekten zu arbeiten. Fragen wie „Was passiert jetzt mit dem Kassenpersonal?“ oder „Welche alternativen Arbeitsformen gibt es für diejenigen Mitarbeitenden, die Kinder haben und diese betreuen oder sie beim Homeschooling begleiten müssen?“ standen nun im Raum. Und nicht zuletzt war die digitale Infrastruktur plötzlich völlig neu zu überdenken, da sie nun ganz neuen Ansprüchen gerecht werden musste.

Im Folgenden soll ein kurzer Abriss darüber gegeben werden, wie das Museumsdorf auf diese Herausforderungen reagiert hat bzw. reagiert, welche Hürden es zu überwinden galt und inwiefern das Museum vielleicht auch davon profitiert, dass es neue Wege gehen muss. Dazu werfen wir einen Blick auf die unterschiedlichen Abteilungen.

Eine Abteilung, die die Einschränkungen wohl besonders hart trifft, ist die Museumspädagogik. Während die Kolleg:innen normalerweise von März bis November im Dauereinsatz sind, Gruppen durch das Dorf führen oder mit Schulklassen Brot backen, buttern oder Zinn gießen, fiel ihre Arbeit durch Corona praktisch über Nacht weg. Dies hat nach wie vor Auswirkungen auf die Zusammensetzung des Teams: Wo normalerweise jedes Jahr ca. acht Mitarbeitende zusätzlich zu den Festangestellten hinzukommen, ist es nun nicht notwendig, Zusatzpersonal für Führungen einzustellen. Gleichzeitig nimmt die Vermittlung einen wichtigen Stellenwert ein, wenn es darum geht, mit dem Publikum in Verbindung zu treten. Neue Programme, die auch unter coronakonformen Bedingungen stattfinden können, mussten geschaffen werden.

Aus diesem Bestreben heraus entstand im letzten Jahr ein ganz neues Format: Der Dorfsommer. Das Pädagogik-Team entwickelte in Zusammenarbeit mit der Leitung und weiteren Abteilungen für die Sommerferien einen Mix aus pädagogischen Angeboten. Dieses umfasste Tierfütterungen, Vorführungen von historischem Handwerk oder „Spielen wie früher“ sowie Kurzführungen – natürlich alles an der frischen Luft, damit die Hygiene- und Abstandsregeln eingehalten werden konnten. Bei der Durchführung wurde das ganze Team mit einbezogen. Die Kolleg:innen aus der Pädagogik etwa zeigten jeden Tag stundenlang unter vollem Einsatz ihre Vorführungen. Alle wissenschaftlichen Mitarbeitenden hatten zudem die Möglichkeit, Führungen zu verschiedenen Themen rund ums Dorf und das Leben früher anzubieten, und konnten so ihre Kompetenzen in diesem Bereich wiederauffrischen und stärken. Unser Landwirt kümmerte sich unterdes gemeinsam mit den Praktikantinnen um die öffentlichen Tierfütterungen und machte damit vor allem unsere kleinen Gäste sehr glücklich. Die täglichen Angebote sorgten für viel Begeisterung unter den Kolleg:innen, die mit Feuereifer dabei waren. Und auch bei den Besucher:innen stieß dieses abwechslungsreiche, regelmäßig stattfindende Programm, das ja eigentlich eher aus der Not heraus entstanden war, auf viel Zuspruch. Dies war letztlich auch der Grund dafür, dass wir im Herbst erneut ein solches Programm anboten, diesmal unter dem Titel „Dorfherbst“. In der erneuten Schließzeit, die kurz darauf folgte, wurde dann schließlich nach einer Möglichkeit gesucht, die pädagogischen Angebote zusätzlich auch digital zu präsentieren. Hier haben wir uns für das Videoformat entschieden. In Form von kurzen Filmen, die unter dem Slogan „Dorf erleben!“ laufen, stellen wir seit kurzem unser Programm vor und geben dabei auch kleine Ideen für zu Hause mit an die Hand.

Der Bereich der Veranstaltungen wird mit dem Dorfsommer und Dorfherbst bereits angeschnitten. Große Veranstaltungen wie die Gartenpartie, die historische Dorfkirmes oder der Nikolausmarkt wären nicht mit den auferlegten Maßnahmen vereinbar gewesen. Tatsächlich erfolgte daher durch Corona insgesamt eine Neuausrichtung auf kleinere Veranstaltungsformate, die dafür jedoch häufiger stattfinden. Was zunächst als problematisch angesehen wurde – die Großveranstaltungen stellen grundsätzlich wichtige, weil besonders besuchtsstarke „Zugpferde“ des Museumsdorfes dar – wird inzwischen durchaus auch als positive Alternative angesehen. Vor allem, weil wir so Angebote schaffen konnten, die häufiger und regelmäßiger stattfinden. Die Besucher:innen erwarten so mehr Abwechslung beim Museumsbesuch, während das Museum gleichzeitig ressourcenschonender arbeiten kann. Zusätzlich zum Dorfsommer und Dorfherbst rundeten Open-Air-Angebote, die Teil des Programms „Kultur im Sommer“ waren und über den Sommer hinweg stattfanden, das Angebot ab. Das Programm setzte sich aus Theatervorführungen und Konzerten zusammen und fand auf unserem zentralen Dorfplatz, dem Brink, statt.

Der Bereich der Sammlung hat durch Covid-19 vielleicht sogar stärker als zuvor den Sprung ins Bewusstsein einiger Besucher:innen geschafft. Durch die Aufnahme des „Depot-Dienstags“ in den sozialen Medien haben wir damit begonnen, unsere Sammlung stärker zu öffnen. Objekte werden nun nicht mehr ausschließlich in den

Ausstellungen präsentiert, sondern digital zugänglich gemacht. Dabei ist es uns ein Anliegen, vor allem auch Objekte hervorzuheben, zu denen viele der Nutzer:innen einen Bezug haben. Wir möchten so erreichen, dass sie unsere Sammlung nicht als eine Ansammlung historischer Gegenstände begreifen, mit denen sie selbst gar nichts anfangen können. Gerade auch durch unseren neuen Schwerpunkt Nachkriegszeit bringen wir ganz alltägliche Gegenstände wie z. B. Petzi-Hefte ins Spiel. Die vermehrten Kommentare zeigen uns, dass die Motivation, aktiv in die Interaktion zu treten, steigt. Auch unsere Ausstellungen können wir so ins Bewusstsein bringen. Durch Online-Führungen, die wir zukünftig noch stärker in den Fokus rücken möchten, wollen wir dem Publikum zusätzlich die Möglichkeit geben, auch von zu Hause aus auf Inhalte zuzugreifen.

Vor Ort stellt sich natürlich die Frage, inwiefern die Corona-Schutzmaßnahmen eingehalten werden können. In Absprache mit dem Ordnungsamt wurde ein fester Rundgang mit Einbahnstraßenregelung entwickelt. Kleinere Häuser, in denen ein Abstandhalten nicht möglich gewesen wäre, blieben zunächst geschlossen. Dann haben wir uns dafür entschieden, bei diesen Häusern mit kleinen Kärtchen zu arbeiten, die an der Kasse jedem Besuchenden ausgehändigt wurden. Darauf steht „Dit huus is proppefull“. Vor den betreffenden Häusern stellten wir Ständer mit Plexiglasbehältnissen daran auf, auf denen „Dit huus is oapen“ steht. Wenn einzelne Besucher:innen bzw. zusammengehörende Gruppen diese Häuser betreten, stecken sie einfach ihre Karte in den Behälter, um zu signalisieren, dass das Haus besetzt ist. In anderen Häusern wurde teilweise mit Aufstellern gearbeitet, auf denen die maximale Zahl an Personen, die den jeweiligen Raum/das Haus/die Ausstellung betreten durften, kenntlich gemacht wurde. Ergänzend haben wir mit Desinfektionsspendern und verschiedenen Hinweisschildern zur Einhaltung der Hygiene- und Abstandsregeln gearbeitet. Eine weitere Maßnahme ist, dass wir die Besucher:innen dazu anhalten, ihre Karten im Vorfeld online zu erstellen.

In alle diese Bereiche spielt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit hinein. Während der Schließzeit informierten wir die Medien verstärkt über unsere Arbeiten hinter den Kulissen und stellten bei dieser Gelegenheit direkt unsere verschiedenen Abteilungen und Mitarbeitenden vor. Da Veranstaltungen und Programme größtenteils entfallen, bleiben auch viele Printprodukte momentan aus – Ausnahmen stellen z. B. der Dorfsommer oder neuaufgelegte, allgemeine Flyer sowie etwa Plakate für die neu aufgebaute Landdiskothek „Zum Sonnenstein“ dar. Ansonsten legen wir im Moment einen neuen, stärkeren Fokus auf die sozialen Netzwerke. Neben dem „Depot-Dienstag“, der Sammlung und Ausstellungen abdeckt, gibt es nun auch den „Disco-Donnerstag“: Einmal pro Woche dreht sich nun alles um den Sonnenstein, unser neuestes Gebäude. Gerade weil die Eröffnung mehrfach verschoben werden musste, halten wir so die Vorfreude groß und bewahren vor allem Kontakt zu den Sonnenstein-Fans. Das Angebot wird sehr gut angenommen, die Posts regen dazu an, dass die Nutzer:innen eigene Anekdoten einbringen oder sich auch untereinander vernetzen. Auch Aufrufe zeigen Erfolge. Damit sind diese Beiträge auch für unsere Forschungen eine wichtige Ergänzung! Neben den beiden Thementagen produzieren wir verstärkt kleinere Vi-

deos wie etwa das oben beschriebene Format „Dorf erleben!“. Insgesamt haben wir die Tätigkeit auf unseren Kanälen verstärkt und gehen stärker darauf ein, was hinter den Kulissen passiert, um so transparent und nah an den Menschen zu bleiben. Das Konzept hat sich bewährt und wird auch zukünftig weitergeführt werden – auch weil digitale Angebote durch Covid-19 im gesamten kulturellen Bereich an Bedeutung gewonnen haben.

Nachdem wir nun bereits auf die Beziehung zum Publikum und die Organisation des Besuchsverkehrs eingegangen sind, geht es nun darum, welche Auswirkungen Covid-19 auf unsere Arbeit hatte und hat.

Der Arbeitsalltag wurde durch die Pandemie völlig auf den Kopf gestellt. Genau wie im Museumsgelände wurden auch in den Büros die Hygiene- und Abstandsmaßnahmen umgesetzt. Mit dem Aufkommen der Tests wurde auch bei uns das Angebot eingeführt, dass die Kolleg:innen sich wöchentlich testen lassen können. Den Kolleg:innen wurde zudem die Möglichkeit gegeben, ins Homeoffice zu gehen, zum einen, um das Ganze zu entzerren und so für Sicherheit zu sorgen, zum anderen aber auch, um Arbeit und Familie besser miteinander vereinbaren zu können. Dies betrifft gerade diejenigen, die kleine Kinder oder Kinder im schulpflichtigen Alter haben. Ende 2020 war es dann notwendig, Kurzarbeit einzuführen. Dies stellte natürlich alle Kolleg:innen vor neue Herausforderungen; gleichzeitig zogen auch hier alle an einem Strang – denn uns allen war und ist bewusst, dass wir außergewöhnliche Zeiten erleben und aus finanzieller Sicht gemeinsam Einschränkungen hinnehmen müssen, um einigermaßen unbeschadet aus der Krise hervorzugehen.

Das zeitweilige Homeoffice und die Kurzarbeit führten dazu, dass die herkömmlichen Kommunikationswege neu angepasst werden mussten. Da der schnelle Gang über den Flur oder das Vorbeigucken bei den Kolleg:innen aus einer anderen Abteilung möglichst unterlassen werden sollte, greifen wir nun verstärkt auf Telefon, E-Mail oder Online-Konferenzen zurück.

Die Corona-Krise hat somit in vielen Bereichen ein Umdenken zur Folge. Dies kann jedoch durchaus auch als Chance gesehen werden. Fakt ist natürlich, dass die finanzielle Situation der gesamten Kulturbranche als prekär beschrieben werden kann. Es wird sich zeigen, wieweit geplante Projekte in nächster Zeit umgesetzt werden können. Förderungen wie NEUSTART KULTUR haben uns zwar sehr weitergeholfen, doch natürlich fehlen die Einnahmen aus den Veranstaltungen und den Angeboten. Trotzdem sind wir zuversichtlich, was die Zukunft anbelangt. So konnten wir die Zeit nutzen, neue Formate zu kreieren, Projekte wie etwa neue Ausstellungen, Baumaßnahmen im Museumsgelände oder Aufräumaktionen, die lange geplant waren, zu denen aber die Zeit fehlte, anzupacken. Die neuen Veranstaltungsformate und Onlineangebote die entstanden sind, werden wir auch in Zukunft intensivieren und ausweiten.

Maren Böhm, Cloppenburg  
<https://doi.org/10.31244/rwz/2021/27>