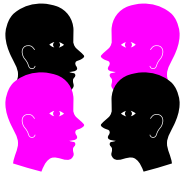


1. Kommunikation

1.1 Mit dem Publikum in Kontakt treten



Der erste Schritt, den Kunstmuseen unternehmen können, um Barrieren abzubauen und den Zugang zum Museum für Menschen mit Sehproblemen zu fördern, ist die Bereitstellung eines Kommunikationskanals; dies geschieht durch die Entwicklung kontinuierlicher Beziehungen und eines geeigneten Verhaltens zum Zielpublikum.

1.1.1 Beziehungen aufbauen

Mit dem Publikum in Kontakt zu treten, ist unumgänglich, wenn man dessen Bedürfnisse und Erwartungen kennenlernen will. Die Kontaktaufnahme ist auch ein entscheidender Aspekt, um das verfügbare kulturelle Vermittlungsangebot gezielt zu kommunizieren. Empfehlenswert ist hierzu die Schaffung kontinuierlicher institutioneller und interpersoneller Kommunikationskanäle.

Ein wichtiger Ansprechpartner in der Schweiz ist hierbei der Schweizer Blinden- und Sehbehindertenverband SBV (Federazione svizzera dei ciechi e deboli di vista FSC), der landesweit mit 16 Sektionen vertreten ist. Die einzige Sektion südlich der Alpen ist der Blinden- und Sehbehindertenverband der italienischen Schweiz UNITAS (Asso-

ciazione ciechi e ipovedenti della Svizzera italiana). Um direkt mit Menschen mit Sehproblemen in Kontakt zu treten, ist es ratsam, sich an die entsprechenden Regionalorganisationen zu wenden. Zu diesem Zweck organisiert die UNITAS regelmässig gezielte Sensibilisierungsmassnahmen. Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen oder die Organisation spezieller Aktivitäten am eigenen Museum ermöglichen den Aufbau eines bereichernden interpersonellen Austauschs zwischen Vermittlern und Publikum, der eine dauerhafte Einbeziehung der Beteiligten zusätzlich fördert. Eine sehr gute Methode, nach diesem ersten Kontakt effizient mit dem Publikum zu kommunizieren, besteht darin, das kulturelle Vermittlungsangebot, das man barrierefrei machen will, direkt bekanntzugeben (z. B. telefonisch oder per E-Mail). Kulturveranstaltungen und Aktivitäten, die für Menschen mit Sehbehinderung unter Umständen interessant sind, kann man zusätzlich der Zeitschrift INFOUNITAS mitteilen, diese wird vom Verband herausgegeben und ist über ihn zugänglich. In der Schweiz gibt es darüber hinaus zahlreiche weitere Organisationen, an die man sich wenden kann.

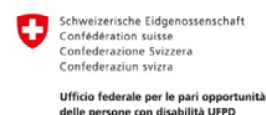


1.1.2 Bedürfnisse und Erwartungen kennen

Um effiziente Lösungen umsetzen zu können, ist es sehr wichtig, die Bedürfnisse und Erwartungen des Zielpublikums zu kennen. Es ist daher von zentraler Bedeutung, dass das gesamte Personal und insbesondere die Personen, die mit den Benutzerinnen und Benutzern in Kontakt kommen (Empfangs-, Aufsichts-, Sicherheits- und Vermittlungspersonal), für die bestehenden Rechte und die Bedürfnisse von Menschen mit Sehbehinderung sensibilisiert werden. Hierzu ist es zum einen ratsam, Kontakt zu den entsprechenden Organisationen sowie zu Personen mit Sehproblemen aufzunehmen. Will man

sich sachkundig machen, empfehlen sich zum anderen die Teilnahme an speziellen Treffen und Veranstaltungen sowie die Lektüre des bereits verfügbaren Informationsmaterials.

Informationen über die Rechte behinderter Menschen sind beim Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen erhältlich. Für detaillierte, spezifische Informationen zu Sehbehinderungen empfiehlt es sich, mit der zuständigen regionalen Sektion des Schweizer Blinden- und Sehbehindertenverbandes SBV (bzw. UNITAS für die italienische Schweiz) sowie mit dem Schweizerischen Zentralverein für das Blindenwesen SZB (Unione centrale svizzera per il bene dei ciechi UCBC) Kontakt aufzunehmen. Zudem sollte man das verfügbare Informationsmaterial zurate ziehen (von dem ein Grossteil online zugänglich ist) und an den speziellen Sensibilisierungsmassnahmen teilnehmen, die regelmässig von den Verbänden.



Für die Museen ist es äusserst wichtig, einige generelle Charakteristika des sehbehinderten Publikums zu kennen.



- **Zahlen** - Auch wenn keine präzisen Statistiken vorliegen, schätzt der SZB, dass in der Schweiz rund 320'000 Menschen mit Sehbehinderung leben. Eine genaue Schätzung wird dadurch erschwert, dass Menschen mit Sehproblemen diese nicht notwendigerweise einer Organisation oder Behörde mitteilen müssen. Entsprechende Informationen können daher erst dann gesammelt werden, wenn diese Menschen bestimmte Leistungen anfragen. Als gesichert gilt jedoch, dass vorwiegend Menschen über 40 Jahre von Sehproblemen betroffen sind und dass der Prozentanteil sehbehinderter Menschen mit zunehmendem Alter steigt

- **Sehprobleme** - Es gibt zahlreiche und extrem unterschiedliche Ausprägungen von Sehbehinderungen. Das „Nicht-Sehen“ jedes Einzelnen ist immer einzigartig und spezifisch. Das Publikum mit Sehbehinderungen lässt sich jedoch in zwei grosse Kategorien unterteilen: blinde Menschen, die überhaupt nicht imstande sind zu sehen, und sehbehinderte Menschen, die mit speziellen Hilfsmitteln noch gewisse Dinge wahrnehmen können. Zwei weitere Unterscheidungen betreffen den zeitlichen Moment, an dem die Behinderung erstmals aufgetreten ist. Von Geburt an blinde Menschen (von denen es nur wenige gibt und deren Zahl rückläufig ist) haben keine visuellen Erinnerungen. Menschen aber, die erst im Laufe ihres Lebens erblindet sind, können auf visuelle Erinnerungen zurückgreifen. Wer von Geburt an schlecht sieht, besitzt nur fragmentierte visuelle Erinnerungen; bei Menschen dagegen, die erst im hohen Alter schlechter sehen, sind die visuellen Erinnerungen mental oft noch sehr präsent (diese Situation ist häufiger anzutreffen und nimmt zu). Mit diesen Unterscheidungen vertraut zu sein, ist wichtig, um flexible, transversale Lösungen umzusetzen, die an das Zielpublikum angepasst werden können.
- **Der Einsatz der Sinne** - Für Menschen, die sich bei der Orientierung oder der Informationsaufnahme nicht auf ihren Sehsinn verlassen können, ist der Einsatz der anderen Sinne keine Option, sondern eine Notwendigkeit. Zur Wahrnehmung ihrer Umgebung stehen ihnen Hör-, Tast-, Geruchs- und Geschmackssinn zur Verfügung, und diese müssen auch für die Erkundung eines Museums und seiner Kunstwerke eingesetzt werden. Die verbleibende Sehkraft nutzen zu können, ist für Sehbehinderte ebenso wichtig, wie diese mit anderen Sinneswahrnehmungen zu verbinden.

- **Wichtigste Hilfsmittel** - In einer Welt, in der der Sehsinn eine Monopolstellung einnimmt, verwenden Menschen mit Sehbehinderung bei der Informationsaufnahme diverse Hilfsmittel, die ihnen Orientierung geben und mit denen sie die ihnen verfügbaren Sinne einsetzen können. Dabei stehen ihnen verschiedene Hilfsmittel zur Verfügung: Orientierungs- und Mobilitätshilfen (z. B. sehende Begleitperson, Führhund, weisser Stock), Computerhilfsmittel, die einen Zugang zu den Informationen im Netz schaffen (z. B. Geräte mit Sprachausgabe), sowie Hilfsmittel, mit denen die verbleibende Sehfähigkeit genutzt werden kann (z. B. Bildschirm-Lesegeräte, Vergrösserungslupen, Smartphone-Fotos, elektrische Taschenlampen zur Steigerung der Helligkeit oder die Möglichkeit, sehr nah an den zu besichtigenden Gegenstand heranzugehen). Doch unabhängig davon, welche Hilfsmittel Verwendung finden, ihr Einsatz bei der Nutzung eines Museums und seiner Kunstwerke muss ohne Einschränkung möglich sein, so wie dies vom Bundesgesetz über die Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen vorgesehen ist.

Im Rahmen des Projektes „Vermittlung Kultur Inklusion“ wurden die Bedürfnisse und Erwartungen des Zielpublikums für den Bereich Kunst und Kultur – und insbesondere für die Kunstmuseen im Tessin – untersucht und in zwei frei zugänglichen Berichten zusammengefasst, deren Ergebnisse im Folgenden vorgestellt werden.

Repräsentatives Bild. Panoramablick auf eine Ausstellung mit Gemälden an den Wänden in verschiedenen Größen. Eine Person, abgebildet von hinten, besucht die Ausstellung.



Museums Erfahrung



1.1.3 Den Besucherempfang gestalten

Ein erster Schritt, um die Barrierefreiheit eines Museums zu verbessern, besteht darin, den Empfang der Besucherinnen und Besucher deren Bedürfnissen anzupassen. Menschen mit Sehbehinderung fühlen sich im Museum vor allem dann mit einbezogen und willkommen, wenn dieses seinen Besucherinnen und Besuchern vor der Besichtigung alle notwendigen Informationen zur Verfügung stellt. Hierzu braucht es insbesondere eine effiziente Art der Kommunikation sowohl über die Museums-Website als auch auf persönlicher Ebene. Damit sich das Publikum sicher und auch wohl fühlt, sollte man blinden und sehbehinderten Menschen ausserdem eine Person zur Verfügung stellen, die sie wenn nötig persönlich durch das Museum begleitet, ihnen Objekte und Umgebung beschreibt und sie bei der taktilen Erkundung der Kunstwerke – sofern diese möglich ist – anleitet.

Vor dem Museumsbesuch bereitzustellende Informationen:

- **Praktische Informationen** - Vor dem Museumsbesuch ist es sehr wichtig, alle notwendigen praktischen Informationen bereitzustellen: Eintrittspreise und eventuelle Vergünstigungen, Eintrittsbedingungen, Öffnungszeiten, aktuelle Ausstellungen, geplante Vermittlungstätigkeiten, eventuelle Verbote (z. B. Mitnahme von Taschen und Rucksäcken in die Ausstellungsräume), Barrieren, Aspekte der Sicherheit der Kunstwerke (Konservierung und Versicherung) etc.
- **Informationen zur Orientierung** - Die Anordnung und Erreichbarkeit der Räumlichkeiten innerhalb des Gebäudes sollten unbedingt erläutert werden (Ausstellungsräume, Cafeteria, Garderobe, Aufzug, Treppen, Rampen, Toiletten, Shop etc.). Ferner ist es wichtig, auf eventuelle architektonische Barrieren und/oder Einschränkungen der Mobilität hinzuweisen, die für Menschen mit Sehbehinderung eine potenzielle Gefahr darstellen (z. B. Glastüren, nicht markierte Stufen, Möbel in Durchgangsbereichen).
- **Informationen zur Ausstattung** - Von zentraler Bedeutung ist es, auf gegebenenfalls vorhandene Ausstattungselemente hinzuweisen, die der Mobilität und Orientierung sowie dem barrierefreien Zugang zu Informationen und Kunstwerken dienen (z. B. Bezugspersonen, tragbare Hocker, Rollstühle, Reliefkarten, Beschilderungen, Audioguides und anderes Informationsmaterial, barrierefreie Website und Newsletter, die Bereitstellung spezieller Hilfsmittel, das kulturelle Vermittlungsangebot oder die Möglichkeit, die Originalkunstwerke und/oder Reproduktionen zu berühren). Die Begleitung durch eine sehende Person ist für Menschen

mit Sehbehinderung oft nicht nur eine Freude, sondern eine Notwendigkeit. Daher empfiehlt es sich, die Möglichkeit eines reduzierten Eintrittspreises für Begleitpersonen in Betracht zu ziehen.

1.1.4 Bewerten

Werden Kommunikationsaktivitäten umgesetzt, die ein Publikum mit Sehbehinderungen betreffen, sollte auch eine Bewertung der Effizienz dieser Aktivitäten stattfinden, wobei die erreichten Resultate mit den Zielen abgeglichen werden, die man sich zuvor in den Leitlinien zur Umsetzung der Barrierefreiheit gesetzt hatte. Generell sollte immer ein Weg gefunden werden, um die Meinung des Publikums in Erfahrung zu bringen (dies kann z. B. über Interviews, Direktbeobachtungen, Sprachaufzeichnungen oder Fragebögen geschehen). Die Bewertung der „Qualität“ einer Projektstätigkeit erfordert spezielle Kenntnisse und Hilfsmittel, allerdings kann sie auch als externe Aktivität gestaltet werden, die die verschiedenen Akteure partizipativ einbezieht. Dies ermöglicht eine bessere individuelle Gestaltung und die Entwicklung einer inklusiven Vorgehensweise. Abschliessend kann es sinnvoll und angebracht sein, eine Bewertung in unterschiedlichen Entwicklungsphasen vorzusehen (Zwischen- und Endbewertung).