

Entwicklung eines Vermittlungsangebotes für Sehbehinderte und Blinde im Museum: Erfahrungen und Vorgehen

Mélanie Devaud und Leonor Hernández¹

¹ Die Autorinnen sind Masterstudentinnen im Fach Museumswissenschaft an der Universität Neuchâtel und absolvierten beide im Laténium, dem Archäologiepark und -museum von Neuchâtel, ein Praktikum in Kulturvermittlung. Gemeinsam betreuten sie die Entwicklung einer speziell auf Blinde und Sehbehinderte ausgerichteten, deskriptiven und taktilen Führung. Ausserdem arbeiten sie als Mediatorinnen/Führerinnen in verschiedenen Museumseinrichtungen.

Wir danken Benoît Lepert, Ergotherapeut mit Fachgebiet Low Vision des Centrevue in Peseux/NE, für seine kritische Lektüre und sein wertvolles Feedback.

Dieser Artikel geht auf ein Projekt im Laténium zurück, das im Rahmen der Labelpartnerschaft «Kultur inklusiv» 2018-2021 zwischen dem Museum und der Fachstelle Kultur Inklusiv von Pro Infirmis (www.cultureinclusive.ch) durchgeführt wurde. Der Originaltext wurde auf Französisch verfasst. Wir danken Frau Dr. phil. Marianne Derron Corbellari für die Übersetzung auf Deutsch.

Inhalt

I. Einleitung.....	1
1. Kontext.....	1
2. Sehbehinderungen.....	3
3. Netzwerk.....	4
II. Vorgehen: Mediationsprojekt für Blinde und Sehbehinderte.....	6
1. Welches Projekt für welches Publikum ?	6
2. Wer verantwortet das Projekt?	7
3. Agenda festlegen	7
4. Budget erstellen	8
5. Einen roten Faden festlegen	8
6. Schaffensphase	9
7. Testphase	10
8. Das Projekt bewerben.....	10
9. Umsetzungsphase	11
10. Projektevaluation.....	12
III. Einige mögliche Optionen: nicht abschliessende Liste von Hilfsmitteln für die Vermittlung	13
IV. Schlussfolgerung.....	14
Anhang 1: nützliche Links.....	16
Anhang 2 : Kontrasttabelle	17

I. Einleitung

1. Kontext

Dieser Artikel basiert auf verschiedenen Erfahrungen, die wir im Rahmen unserer Arbeit für das Laténium, Archäologiepark und -museum in Hauterive/Neuchâtel, gemacht haben. Das Laténium ist seit 2018 Träger des Labels Kultur Inklusiv von Pro Infirmis.² In diesem Kontext wurden mehrere, spezifisch « inklusive » Angebote umgesetzt, wie z.B. eine Broschüre in FALC³ (entspricht der „ES“ – „Einfachen Sprache“ auf Deutsch) für die Dauerausstellung, Führungen im Tandem mit Personen mit kognitiven Einschränkungen, deskriptive, auf die Sinneswahrnehmung von Sehbehinderten und Blinden abgestimmte Rundgänge, Führungen in Gebärdensprache für Hörbehinderte sowie Broschüren in FALC und ES für eine Wechselausstellung.

Insbesondere stützen wir uns in diesem Artikel auf unsere eigenen Erfahrungen und Schulungen im Bereich der Inklusion und der Sehbehinderung, d.h. vor allem auf die Entwicklung einer taktil-deskriptiven Führung zur Erkundung einer Wechselausstellung.

Gerne teilen wir in diesem Artikel unsere Erfahrungen und Erkenntnisse, damit auch andere Museumsinstitutionen auf ihrem Weg, inklusive Angebote zu erstellen, ermuntert und unterstützt werden. Wir hoffen, dass wir auch einen Beitrag gerade für jene Museen leisten können, die zum ersten Mal Vermittlungsangebote für Blinde und Sehbehinderte entwickeln wollen.

Die folgenden Ausführungen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Unser Vorgehen und auch die Schlussfolgerungen, die wir daraus ziehen, beruhen auf un-

² Pro Infirmis setzt sich für die Selbstbestimmung und Inklusion von Menschen mit Behinderungen ein. Vgl. www.proinfirmis.ch.

³ FALC: «facile à lire et à comprendre». Die FALC soll wie die deutsche ES (Einfache Sprache) Personen mit kognitiven Einschränkungen, funktionalen Analphabeten, Migranten oder jeder anderen Person, die Schwierigkeiten hat, Standardsprache zu lesen und zu verstehen, den Zugang zu Informationen erleichtern.

seren eigenen Erfahrungen, wobei uns bewusst ist, dass sie nicht den einzigen Weg zur erfolgreichen Umsetzung darstellen.

Bei jedem Vorhaben im Bereich Inklusive Kultur ist es wesentlich, dass längerfristig geplant wird und dass das oder die Projekte in eine nachhaltige Inklusionsstrategie eingegliedert werden.

Es ist in der Regel unmöglich, für alle Formen von Einschränkungen gleichzeitig geeignete Angebote zu bereitzustellen. Man wird also notwendigerweise mit einem Erstprojekt ansetzen, wobei man aus den bereits vorhandenen Ressourcen (Affinitäten, Gelegenheiten, Kenntnisse usw.) schöpft. Zu empfehlen ist auf jeden Fall eine Kontaktnahme mit der Fachstelle Kultur Inklusiv von Pro Infirmis, die zur Förderung solcher Projekte ihr grosses Netzwerk an Kontakten, ihre Erfahrungen, eine solide Dokumentation und ein Beratungsangebot zur Verfügung stellt.⁴

Im Geiste der inklusiven Kultur sollten Museumsangebote jederzeit allen Menschen (Personen mit Behinderungen, mit Migrationshintergrund, funktionalen Analphabeten, regelmässigen Besuchern, Jungen und weniger Jungen usw.) zugänglich sein. Der Begriff « Inklusion » bedeutet, dass Besucherinnen und Besucher mit und ohne Einschränkungen zusammengeführt werden.⁵

Vermittlungsprojekte sollten – wenn immer möglich – nicht isoliert durchgeführt werden, denn wahre Inklusion beruht auf einem Vertrauensverhältnis zwischen Zielpublikum und Museum. Wenn ein punktuelles Projekt nicht erneuert wird, dann weckt die Institution gleichsam falsche Hoffnungen, die eigentlich nur unterstreichen, dass ein gewisses Publikumssegment von den Angeboten des Museums meist ausgeschlossen bleibt.

Schliesslich verlangt die Realisierung eines auch nur bescheidenen Kulturvermittlungsprojektes, das sich an ein neues, wenig museumgewöhntes Publikum richtet, beträchtliche Aufwände. Es wäre bedauerlich, wenn die darin erworbenen Kompe-

⁴ Kontakte auf [Kontakt - Kultur inklusiv \(cultureinclusive.ch\)](http://Kontakt-Kultur-inklusiv.cultureinclusive.ch).

⁵ «Inklusion ist ein nachhaltiger gesellschaftlicher Prozess und ein Mehrwert für alle. Kultur ist Teilhabe. Inklusive Kultur bedeutet die hindernisfreie kulturelle Teilhabe aller Menschen, mit und ohne Behinderungen, gemäss Artikel 30 der UNO-Behindertenrechtskonvention». [Inklusive Kultur - Kultur inklusiv \(cultureinclusive.ch\)](http://Inklusive-Kultur-Kultur-inklusiv.cultureinclusive.ch), 03.10.2021

tenzen nur einmalig genutzt würden und nicht auf Dauer ein barrierefreier Zugang erstellt werden könnte.

2. Sehbehinderungen

Gemäss jüngsten Zahlen (Anfang 2020) leiden über 4% der Bevölkerung an einer Seheinschränkung, d.h. etwa 377'000 Personen in der Schweiz sind sehbehindert, blind oder taubblind.⁶

Sehbehinderungen äussern sich auf sehr unterschiedliche Weise, so dass es eigentlich zu simpel ist, von „sehbehindert“ oder „blind“ zu sprechen. Wichtig zu wissen ist, dass die meisten Sehbehinderten in der Schweiz nicht einfach blind sind, sondern auf sehr unterschiedliche Weise im Sehpotential eingeschränkt sind.⁷ Diese Präzisierung ist bedeutsam, da entgegen der landläufigen Meinung die meisten Sehbehinderten die Braille-Schrift gar nicht verwenden.⁸ Daher – und das ist wesentlich im Museumskontext – ist ihr Tastsinn, also ihre Fähigkeit, « mit den Händen zu lesen », meist nicht vergleichbar mit demjenigen der geübten, langjährigen Braille-Nutzerinnen und Nutzer. Diesen Aspekt sollte das geplante Mediationsangebot berücksichtigen.

Die häufigsten Sehbehinderungen lassen sich vereinfachend kategorisieren, je nachdem, ob das zentrale oder das periphere Sichtfeld, die Farbwahrnehmung, die Sehbahnen oder auch gewisse Hirnzonen betroffen sind. «Die Auswirkungen einer Augenkrankheit auf das Sehvermögen sind sehr unterschiedlich. Gewisse Pathologien beeinträchtigen das Zentralsehen oder greifen die Sehschärfe an, was z.B. zu Problem mit dem Lesen führt. Andere Erkrankungen touchieren das Gesichtsfeld und können

⁶ Schweizerischer Zentralverein für das Blindenwesen SZB, Online-Artikel. [SZBLIND Fachheft: Sehbehinderung, Blindheit und Hörsehbehinderung: Entwicklung in der Schweiz](#) ; ebenfalls [SZBLIND Fachheft: Sehbehinderung, Blindheit und Hörsehbehinderung: Entwicklung in der Schweiz](#), 03.10.2021.

⁷ «Von den 377'000 betroffenen Personen sind etwa 50'000 blind, das heisst, sie können in den meisten täglichen Situationen kein Sehpotential nutzen. Der übrige, weit grösste Teil von Menschen mit Sehbehinderung nutzt, wenn es die äusseren Umstände erlauben, ein noch vorhandenes Sehvermögen. Von den 377'000 Personen mit Sehbehinderung leben etwa 57'000 gleichzeitig mit einer Hörbehinderung.» [SZBLIND Fachheft: Sehbehinderung, Blindheit und Hörsehbehinderung: Entwicklung in der Schweiz](#), 03.10.2021.

⁸ In Frankreich nutzen ca. 10% der Blinden die Brailleschrift. Für die Schweiz sind keine Zahlen bekannt. Quelle: RTS, 13.4.2019 um 07:57 - geändert am 13.04.2019 um 10:17, <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/10353747-le-braille-face-a-la-concurrence-des-nouvelles-technologies.html>, eingesehen am 06.05.20.

die Bewegung im Raum negativ beeinflussen. Die Lichtempfindlichkeit, ein vermindertes Kontrastsehen sowie die Farbwahrnehmung können ebenfalls gestört sein. In gewissen Fällen interagieren sogar mehrere Pathologien gleichzeitig und beeinflussen das Sehvermögen.»⁹

Die Definitionen von Sehbehinderung sind von Land zu Land unterschiedlich. Laut dem Schweizerischen Blindenverband (SBV-FSA) gilt eine Person als sehbehindert, «wenn sie eine Sehschärfe von unter 0,3 oder ein Gesichtsfeld von unter 10 Grad hat. Zum Lesen einer Zeitung braucht man eine Sehschärfe von 0,4 bis 0,5; zum Autofahren ist eine Sehschärfe von 0,6 nötig. Als blind wird gemäss der Weltgesundheitsorganisation WHO jemand mit einer Sehschärfe von unter 0,05 eingestuft.»¹⁰

3. Netzwerk

Wegen des grossen Spektrums an Sehbeschränkungen können Museen gar nicht massgeschneiderte Angebote entwickeln, die jede Form der Sinnesbehinderung abdecken würden. Ausserdem ist es sehr schwierig für normal Sehende, sich in die Lage einer Person mit Sehbeschwerden zu versetzen. Deswegen ist es so wichtig, dass man sich mit einem Netzwerk aus Fachleuten und Betroffenen umgibt, und zwar am besten schon in der Konzeptphase des Projektes.

In unserem Fall kontaktierten wir Centrevue in Peseux,¹¹ das Centre Pédagogique pour élèves handicapés de la vue in Lausanne (CPHV),¹² die Blindenschule Zolli-

⁹ Original auf Französisch auf <https://centrevue.ch/deficits-visuels/consequences/>, eingesehen am 03.10.2021.

¹⁰ [FAQ: Häufige Fragen und Antworten | SBV-FSA](#), eingesehen am 03.10.2021.

¹¹ Centrevue bietet Rehabilitationsmassnahmen für verschiedene lebenspraktische Tätigkeiten an, aber auch Vorgehen und Begleitung im Sozialbereich; www.centrevue.ch.

¹² Das Centre pédagogique pour élèves handicapés de la vue (CPHV) bietet spezifische, individualisierte Leitungen für blinde und sehbehinderte Kinder und Erwachsene in der gesamten Westschweiz an. Es begleitet Kinder vor und während der obligatorischen Schule bis zum Eintritt ins Berufsleben. Im Angebot sind auch Beratungen und Schulungen für Fachleute sowie ein Transkriptionszentrum für Schulmaterial; <https://www.ophtalmique.ch/cphv/>.

kofen¹³ sowie zwei blinde und eine sehbehinderte Person. Zu den Fachleuten zählten Natacha de Montmollin¹⁴ und Hervé Richoz¹⁵, die beide als Coaches tätig sind und bereits über Berufserfahrung in Museen verfügen.

Danach führten wir Gespräche mit Betroffenen und Institutionsvertretern. Was die Blinden betraf, so ging es vor allem darum, ihre Situation besser zu verstehen und ihre Erwartungen in Bezug auf das Museumsangebot zu klären. Nach diesen Abklärungen schien uns klar, dass ein rein deskriptives Angebot die Erwartungen der Betroffenen nicht befriedigen würde. Centrevue in Peseux leistete uns schon im Anfangsstadium unseres Projektes grosse Hilfe, da es sehr nützlich war, früh eine Expertenmeinung zu kennen. Dies ermöglichte uns, unser Projekt auszufeilen und den Kontakt mit dem CPHV herzustellen. Nach der Präsentation unseres Projektes konnten wir eine interessante Partnerschaft abschliessen. So hat das CPHV für das Laténium die Reliefdrucke produziert.¹⁶

Zusammenfassend kann gesagt werden: Es lohnt sich, schon früh, bei Projektbeginn, ein spezialisiertes Netzwerk aufzubauen und sich nicht auf eine einzige Person oder Institution zu beschränken, wenn man ein Mediationsangebot für Blinde und Sehbehinderte entwickeln will. So wird es möglich, viel näher auf die wirklichen Bedürfnisse einzugehen, mithilfe des Netzwerks das Angebot von Betroffenen testen zu lassen und es ggf. anzupassen, bevor man es dem Publikum zugänglich macht.

¹³ Die Blindenschule von Zollikofen ist eine pädagogische Fachstelle. Sie ist das Deutschschweizer Pendant zum CPHV; www.blindenschule.ch.

¹⁴ Natacha de Montmollin ist geburtsblind. Mit ihrem Unternehmen Step2Blind schlägt sie u.a. Führungen mit verbundenen Augen für normal Sehende in verschiedenen Museen vor. Vgl. www.step2blind.ch.

¹⁵ Hervé Richoz ist sehbehindert und arbeitet als Coach und Fachmann für Zugänglichkeit. Er ist Redaktor für den SBV-FSA und auf dem Blog Le Typhlophile und kommuniziert für den GRSA (Groupement Romand de Skieurs Aveugles et malvoyants). Das Mediationsteam des Laténium schulte und sensibilisierte er auf die Bedürfnisse Sehbehinderter hin.

¹⁶ Zur Technik des Relief- oder Thermodruckes vgl. Kap. III.

II. Vorgehen: Mediationsprojekt für Blinde und Sehbehinderte

Das folgende Vorgehen ist für die Umsetzung eines kulturellen Mediationsprojektes im Museumsrahmen gedacht. Wir wünschen uns aber, dass die Ansätze für möglichst breite Mediationsformate anwendbar sind – Führungen, Veranstaltungen, Workshops, Teilnahme von Mediatorinnen mit Handicap, Hilfsmittel, die Besucherinnen und Besuchern für einen autonomen Museumsbesuch abgegeben werden können usw.; daher versucht unser Ansatz, sich den unterschiedlichen Situationen und Bedürfnissen maximal anzupassen. Trotzdem beziehen wir uns natürlich stärker auf die eigenen Erfahrungen mit unserem speziellen Führungsformat.

1. Welches Projekt für welches Publikum ?

In einem ersten Zug müssen die Art des Projektes und dessen Zielpublikum definiert werden. Es gibt so viele Optionen wie Museen, ja sogar wie Ausstellungstypen. Auf Basis dieser Faktoren ist das für den gegebenen Kontext geeignetste Format festzulegen.

Zur Bestimmung des Zielpublikums braucht es vorgängig eine Informationsbeschaffung über die verschiedenen Formen von Sehbehinderung und eine gute allgemeine Kenntnis der besonderen Bedürfnisse, die aus jeder Kategorie von Einschränkung entstehen. So stellt man z.B. rasch fest, dass die meisten Blinden und Sehbehinderten ein fortgeschrittenes Alter erreicht haben. Verfolgt man einen generalistischen Ansatz, kann es deshalb interessant sein, dieses Publikumssegment anzupeilen, d.h. erwachsene Blinde und Sehbehinderte.

Je nach Agenda und Vorgaben der Institution wählt man sodann das im gegebenen Rahmen beste Format aus: eine Führung in der neuen Wechsellausstellung, einen kreativen Workshop mit einer auf die Institution abgestimmten Thematik, einen Rundgang mit Audioguide in der Dauerausstellung, Werkbeschriftung in Braille-Schrift usw.

2. Wer verantwortet das Projekt?

In der Regel ist/sind die Person/en für das Projekt zuständig, die üblicherweise die Mediation zur Aufgabe haben. Nach unserer Erfahrung ist es wesentlich, ein solches Projekt nicht im Alleingang durchzuführen, sondern sich mit einem Team zu umgeben, das verschiedene, komplementäre Kompetenzen vereint. Da wir dazu raten, das Projekt von einer oder sogar mehreren, selber sehbehinderten Personen testen zu lassen, ist es sicher nützlich, wenn man von Anfang an Betroffene ins Projektteam aufnimmt. Zudem ist es sehr wichtig, so viele Personen wie möglich zu integrieren, die später an der Umsetzung des Projektes beteiligt sind, d.h. die kulturellen Mediatorinnen/Animatorinnen und/oder betroffenen Museumsführer. Das erweist sich in jedem Fall als vorteilhaft, weil es später schwieriger ist, sich Inhalte anzueignen, an deren Erarbeitung man nicht präsent war. Zusammengefasst: Es lohnt sich sehr, eine Equipe mit einer Projektverantwortlichen und mehreren Fachleuten aus den Bereichen Kultur und Sehbehindertenwesen zusammenzustellen.

Ein solches Vorgehen erlaubt es auch, das Zielpublikum miteinzubeziehen, denn dieses ist ein hervorragender Kommunikationsvektor in seinem Bekanntenkreis mit ähnlicher Sinnesbehinderung. Auf die gleiche Weise integriert man so ein Maximum an Museumsmitarbeiterinnen und macht sie mit der inklusiven Kultur vertraut, um diese nachhaltig in der Institution zu verankern.

3. Agenda festlegen

Am Anfang müssen die Etappenziele der Projektumsetzung abgesteckt werden. Im Allgemeinen benötigt die Realisierung eines Projektes immer mehr Zeit als anfänglich vorgesehen – dies umso mehr, wenn es sich um ein erstes Projekt dieser Art handelt und viele Akteure involviert sind, auch auswärtige, nicht im Museum angestellte Personen.

Beabsichtigt man ein Mediationsformat mit einem Zielpublikum von Blinden und Sehbehinderten, dann braucht man meist spezifisches Material, z.B. Tastobjekte aus

dem Laserdrucker oder Reliefblätter.¹⁷ In diesem Fall kommen auswärtige Leistungserbringer zum Zuge (Spezialfirmen, FabLab, Grafiker usw.). Dies muss in der Planung unbedingt berücksichtigt werden.

Ausserdem raten wir, eine Testphase mit dem Zielpublikum sowie Zeit für allfällige Anpassungen einzuplanen. Schliesslich braucht ein solches Projekt auch Zeit, um es beim Zielpublikum bekannt zu machen und zu bewerben. Alle diese Schritte sollten in die Planung einfließen.

4. Budget erstellen

Es ist grundsätzlich möglich, Mediationsprojekte für jedes Budget zu realisieren. Wie immer es um die Ressourcen steht, der Faktor Zeit ist eigentlich der wichtigste. Unser Projekt litt zunächst unter einem zu wenig präzisen Budget, so dass wir Zeit und ein Stück weit unsere so wertvolle Handlungsfreiheit verloren haben. Das Budget, wenn nicht schon der Projekttyp, bestimmt in erster Linie den Projektumfang. Mit beschränkten Mitteln wird es schwierig, Repliken von Objekten oder Kunstwerken herstellen zu lassen, so dass vielleicht eher auf den Reliefdruck oder andere Träger zurückgegriffen wird, die man mit den gerade vorhandenen Mitteln des Hauses schaffen kann. Auf jeden Fall sollte man es vermeiden, ein „zusammengewürfeltes“ Angebot niedriger Qualität zu erstellen, da dies dem Publikum natürlich auffällt.

5. Einen roten Faden festlegen

Inhalte, die sehr breit abgefasst sind, können für ein blindes oder sehbehindertes Publikum eine nur schwer zu bewältigende Herausforderung darstellen, denn alles, was mit den Händen ertastet oder via Gehör verarbeitet werden muss, beansprucht mehr Zeit und Konzentration als einfaches Betrachten mit dem Auge.

Denken wir z.B. an eine Bildbeschreibung: Falls sogar kleinste Einzelheiten geschildert werden, ist vom Zuhörer höchste Konzentration gefordert, um sich eine Vorstellung

¹⁷ Vgl. unten, Kap. III.

des Ganzen zu verschaffen und gleichzeitig die technischen Details sowie die Biografie des/der Künstler/in zu verarbeiten. Das Gleiche gilt für das Ertasten von Objekten: Auch mit geübten Händen und Fingern brauchen Sehbehinderte mehr Zeit, um den Gegenstand zu erfassen als normal Sehende, die sich innert weniger Sekunden buchstäblich ein Bild machen können.

Die Priorität liegt daher auf einem qualitativvollen wissenschaftlichen Inhalt, der ohne Informationsüberladung auskommt, auf einem „roten Faden“ oder einer präzisen Thematik, welche die gute Vermittlung an dieses Publikumssegment unterstützt.

6. Schaffensphase

Will man eine taktil-deskriptive Museumsführung schaffen, muss man vorgängig den Inhalt des Rundgangs abstecken: Die Objekte, die zum Ertasten freigegeben werden, die Beschreibungen, die verfasst werden müssen sowie allenfalls die Düfte, die versprüht werden, sollen die Kernaussagen unterstreichen. Im Idealfall unterstreicht man den Diskurs mithilfe der Optionen, die vorher festgelegt wurden; es kann aber vorkommen, dass der Prozess umgekehrt wird und man den Diskurs an bereits vorhandene Material anpassen muss, was gerade bei beschränktem Budget geschehen kann. Dieser Aspekt ist nicht aus den Augen zu verlieren. Deswegen ist in der Schaffensphase der rote Faden so wichtig, weil er gewährleistet, dass jederzeit die anfänglich erstrebte Qualität angepeilt wird. Unvorhergesehenes und gute Ideen, die im Laufe der Arbeit entstehen, sind selbstverständlich zu berücksichtigen.

In dieser Phase sind das Fachwissen des Zielpublikums und die Beratung durch Personen mit Sinnesbehinderung, die als Partner der Institution fungieren, absolut wesentlich, denn dank ihnen kann man sich den Publikumsbedürfnissen maximal anpassen. Für die Dauer des Museumsrundgangs ist auch die Zeit ausschlaggebend, welche die Gruppe sowohl für das Abschreiten der Räume als auch für den Einsatz der Hilfsmittel braucht. Sehbehinderte verwenden z.B. gern eine elektronische Lupe, um Ausstellungsfotos zu vergrößern. Es ist ratsam, den Rundgang mit eher kleinen Gruppen auszuführen, welche Aktivität auch vorgeschlagen wird, damit der Museumsbesuch zu einem wirklich persönlichen Erlebnis gestaltet werden kann.

Gerade da in die Schaffensphase hauptsächlich Sehende involviert sind, die meist wenig vertraut mit Sehbehinderungen sind, scheint uns der Zuzug von Betroffenen so unabdingbar. Im Übrigen geht alles leichter von statten, wenn man sich in die Position der Lernenden begibt, den Geist für bisweilen ungeahnte Realitäten offen hält und bereit ist, vieles wieder in Frage zu stellen.

7. Testphase

Jedes Projekt, das sich an Menschen mit Einschränkungen richtet, sollte vorher von den Betroffenen kritisch begutachtet werden. Zudem ist es durchaus nützlich, sich an professionelle Beratungsstellen im Behindertenwesen und an Kollegen zu wenden. Dies erlaubt eine gesunde Distanznahme und ein erhöhtes Bewusstsein für die verschiedenen, individuellen Wahrnehmungen. Im Geiste der inklusiven Kultur strebt man wo immer möglich danach, etwas gemeinsam *mit* dem behinderten Publikum zu erreichen und nicht *für* das Publikum.

8. Das Projekt bewerben

Eine gute Bekanntmachung und Werbung für das Projekt beim Zielpublikum ist wesentlich. In dieser Projektphase sind viele Kontakte zum Sehbehindertenwesen in der Regel bereits geknüpft worden und stellen eine wertvolle Ressource dar. Nach unserer Erfahrung nutzen zahlreiche Sehbehinderte das Internet und die sozialen Medien mit verschiedenen speziellen Hilfsmitteln, u.a. Vergrößerungssoftware und Screenreader.¹⁸ Es gibt auch mehrere Webseiten, die auf spezielle Kulturangebote

¹⁸ «Der Inhalt des Bildschirms wird entweder auf einer Blindenschriftzeile oder mittels Sprachausgabe zugänglich gemacht. Die Eingabe erfolgt über eine normale Tastatur. Ein sogenanntes Bildschirmleseprogramm erlaubt es blinden Personen, sich auf dem Bildschirm zu orientieren und die verschiedenen Anwendungsprogramme zu steuern. [...] Personen mit eingeschränktem Sehvermögen verwenden ein Vergrößerungsprogramm für den Bildschirminhalt». [FAQ: Häufige Fragen und Antworten | SBV-FSA](#) eingesehen am 03.10.2021.

hinweisen.¹⁹ Das Telefon ist ebenfalls eine Option, aber es ist invasiver und extrem zeitaufwändig; darüber hinaus muss man zuerst die richtigen Nummern kennen.

Um diese Kommunikationsphase zu vereinfachen, ist es gut, wenn man schon während des gesamten Projektes seine Kontakte «à jour» hält und Nummern/Adressen von möglichen Interessenten (Vereinen, Firmen, Privatpersonen usw.) sammelt und speichert. So können später alle Empfängerinnen und Empfänger der Kontaktliste gleichzeitig mit Informationen versorgt werden. Auch wenn sich in den letzten Jahren die eher informelle Korrespondenz per Mail durchgesetzt hat, sind gewisse Standards bezüglich Abfassung, Schriftgrösse und Layout der Nachricht zu berücksichtigen.²⁰

Man kann das Angebot auch auf der Webseite des Museums bewerben und dabei Piktogramme verwenden, die anzeigen, an welches Handicap sich das Angebot richtet. Ein spezielles Tab für inklusive Angebote erleichtert dabei die Navigation. Die Kommunikation soll einerseits dazu beitragen, das Projekt zu promoten, andererseits ein Maximum an präzisen Informationen liefern, damit die künftigen Besucherinnen ihren Gang ins Museum vorbereiten können. Dazu muss eine Telefonnummer bereitgestellt werden, und Einzelheiten zur Anreise (Zufahrtsplan) und ggf. Hindernisse auf dem Weg zum Museum müssen beschrieben werden.

9. Umsetzungsphase

Auf folgende Elemente muss man besonders achten, wenn man sehbehinderte Besucher in einem Museum empfängt:

- Sicherstellen, dass der Zugang ins Gebäude möglich ist, ggf. eine Begleitung anbieten.²¹

¹⁹ Es gibt diverse regionale oder kantonale Veranstaltungen, z.B. von Procap: [Veranstaltungskalender - Procap](#).

²⁰ Z.B. auf der Webseite der französischen Valentin-Haüy-Stiftung: <https://www.avh.asso.fr/fr/favoriser-laccessibilite/accessibilite-numerique/accessibilite-des-documents-et-des-courriels-0>, eingesehen am 6.5.2020.

²¹ Die äussere Zugänglichkeit des Gebäudes ist ein so wichtiges Thema, dass sie einen eigenen Artikel verdienen würde. Da wir auf diesem Gebiet nicht kompetent genug sind, möchten wir hier

- Das Museum und besonders die Ausstellungssäle ausreichend beleuchten, damit Blinde und Sehbehinderte sich zurechtfinden können.
- Die Personen im Museum empfangen, indem man auf sie zugeht und sich mündlich vorstellt.
- Die Räumlichkeiten beschreiben und erklären, wie sich das Vermittlungsangebot abspielen wird.
- Gewährleisten, dass das Empfangspersonal für die spezifischen Anliegen eines sehbehinderten Publikums geschult ist.
- Momente für den Austausch einplanen.
- Während des Angebots/der Führung genügend Zeit einplanen (Abschreiten der Säle, Zeit für das Ertasten und Betrachten eines Objektes aus der Nähe).
- Mit kleinen Gruppen arbeiten. Für eine Führung: zwischen 10 und maximal 15 Personen (inkl. Begleitpersonen).
- Sicherstellen, dass Führungshunde zugelassen werden.
- Begleitpersonen kostenlos Zutritt gewähren.
- Hindernisse antizipieren, die Gruppe einen geplanten und sicheren Parcours entlangführen.
- Die TeilnehmerInnen nicht bemuttern, ihnen Vertrauen schenken und zuhören.

10. Projektevaluation

Am besten ist es, die Teilnehmenden direkt nach ihrer Meinung zu fragen. Man kann am Ende der Führung ein paar Minuten für diesen Austausch einplanen und informell die Kritik derjenigen einholen, die sich dazu bereit erklären. Dieses Vorgehen fördert den Austausch zwischen dem Mediationsteam und den Besucherinnen und Besuchern, stärkt das Vertrauen und liefert extrem wichtiges Feedback für weitere Projekte oder für die Verbesserung des bestehenden Angebotes. Auch per Telefon oder Online-Formular lässt sich die Kritik der Besucher einholen.

einzig auf die Bedeutung der Zugänglichkeit und auf die Tatsache hinweisen, dass die Zugänge zum Museum bereits von der nächsten ÖV-Haltestelle her analysiert werden müssen, da dieses Zielpublikum meistens mit dem ÖV anreist. Es gibt verschiedene professionelle Angebote im Bereich Zugänglichkeitsanalyse von Gebäuden für Blinde und Sehbehinderte, z.B. von Centrevue in Peseux/NE.

III. Einige mögliche Optionen: nicht abschliessende Liste von Hilfsmitteln für die Vermittlung

Diese Liste stellt ein paar Möglichkeiten zusammen, die für Mediationsangebote zugunsten von Blinden und Sehbehinderten nützlich sein können. Die Wahl der Trägers ist wichtig und dient dazu, die wissenschaftliche Aussage zu illustrieren. Natürlich darf man die Hilfsmittel nicht nur als Vorwand benutzen. Idealerweise wird dem Publikum eine ganze Reihe von Hilfsmitteln angeboten, um möglichst allen Formen von Sehschwäche gerecht zu werden, obwohl man sich bewusst sein sollte, dass man kaum alle Erwartungen und Bedürfnisse abdecken kann. Es lohnt sich, im Voraus die Mediationsangebote anderer Institutionen auszuprobieren und selber verschiedenste Dispositive zu testen, bevor man seine eigene Wahl trifft.

- Reproduktion von Objekten

- Laserdruck (3D)
- Handwerkliche Reproduktion (Schmuck, Waffen etc.)
- Nachbildung aus Gips, Skulpturen etc.

- 3D-Support

- Modellbau der Ausstellung oder eines Ortes
- 3D-Reproduktion eines Bildobjektes in 2D

- Thermo- oder Reliefdruck

Mit Thermo- oder Reliefdruck kann ein bestimmtes Motiv mit einem Spezialdrucker erhöht ausgedruckt werden, so dass die Blinde und Sehbehinderte es mit den Fingern betasten und „lesen“ können. Diese Technik ist relativ günstig und hat den Vorteil, dass sie in zahlreichen Exemplaren produziert werden kann. Man sollte Fachleute zu Rate ziehen, die über Typen und Formate der gewünschten Motive (Bilder, Texte usw.) Bescheid wissen, damit die Drucke den Bedürfnissen des Zielpublikums dann auch tatsächlich entsprechen.

- Pläne im Reliefdruck
- Motiv oder Bild im Reliefdruck
- Text im Reflief (Braille)

- **Braille-Support**

Nur für das Publikumssegment geeignet, das mit Blindenschrift vertraut ist.

- Saaltexte
- Werkbeschriftungen
- Broschüre zur Ausstellung

- **Papier-Support**

Für verschiedene Formen von Sehschwäche geeignet.

- Bild oder Text mit ausgeprägtem Kontrast
- Schwarzweiss-Bilder oder Bilder in geeigneter Farbenintensität und -kombination²²
- Texte mit grossen Schriftzeichen

- **Audio-Support**

- Audioguide²³

- **Sensorische Elemente**

- Geruch/Duft
- Geschmack
- Klangumgebung
- Strukturierte, tastbare Materialien
- Körpereinsatz (Tanz, Bewegung)

IV. Schlussfolgerung

Wir schätzen uns sehr glücklich, dass wir mit der Entwicklung eines Angebotes für Blinde und Sehbehinderte betraut worden sind und sind dankbar für alle erteilten

²² Vgl. die Kontrasttabelle in Anhang 2.

²³ Der Inhalt eines Audioguides muss auf das Zielpublikum abgestimmt werden. Die Erstellung eines Audioguides für Blinde und Sehbehinderte würde wiederum einen eigenen Artikel verdienen. Da wir selbst in diesem Bereich nicht gearbeitet haben, beschränken wir uns darauf, diese Möglichkeit anzuführen.

Ratschläge, geknüpften Kontakte, wertvollen Erfahrungen, den Austausch und die Ermunterungen, die wir erhalten haben.

Die sanitären Massnahmen im Zuge der Coronapandemie haben unser Projekt ein bisschen durcheinandergebracht. Zur Zeit der Niederschrift dieses Artikels hatten wir noch keine Möglichkeit, das Angebot durch Personen aus dem Zielpublikum testen zu lassen. Doch verschiedene Experimente im Vorfeld erlaubten uns trotzdem, eine Publikumsmeinung einzuholen. Auch dank konstruktiver Kritik konnten wir diesen Artikel verfassen, und positives Feedback gab uns das beruhigende Gefühl, dass wir auf dem rechten Weg waren: dem Weg der Tat.

Auf den ersten Blick scheint die Aufgabe, ein Museum für Blinde und Sehbehinderte zugänglich zu machen, eine Quadratur des Kreises zu sein – „Mission impossible“. Dennoch sind wir überzeugt, dass man diesen offensichtlichen Widerspruch wenigstens teilweise auflösen kann. Andere Museen und Kultureinrichtungen haben diese Erfahrung ebenfalls gemacht, was sehr ermutigend ist.

Indem wir unsere Erfahrungen und Überlegungen teilen, hoffen wir, zur Demokratisierung der Kultur beizutragen.

Wir sind überzeugt: Ein barrierefreies Museum ist für alle ein besseres Museum.

Anhang 1: nützliche Links

- Schweizerischer Blinden-und Sehbehindertenverband, SBV-FSA :
<https://www.sbv-fsa.ch/>
- Schweizerischer Zentralverein für das Blindenwesen, SZB-UCBA :
<https://www.szb.ch/szb>
- Fachstelle Kultur Inklusiv Pro Infirmis : <https://www.kulturinklusiv.ch/d/>
- Procap, Verband für und von Menschen mit Behinderungen in der Schweiz:
<https://www.procap.ch/d.html>
- Centrevue, Peseux/NE : <https://centrevue.ch/>
- Centre pédagogique pour élèves handicapés de la vue, CPHV, Lausanne :
<https://www.ophtalmique.ch/cphv/>
- „Sehbehinderung, Blindheit und Hörsehbehinderung: Entwicklung in der Schweiz“ [...] Berechnungen 2019 [SZBLIND - Sehbehinderung ... Entwicklung in der Schweiz - Berechnungen 2019 bf.pdf](#)
- Nur auf Französisch : Principes d'accessibilité des documents texte pour personnes aveugles et malvoyantes, sur le site de la fondation Valentin Haüy, Avec les aveugles et les malvoyants :
<https://www.avh.asso.fr/fr/favoriser-laccessibilite/accessibilite-numerique/accessibilite-des-documents-et-des-courriels-0>

Anhang 2 : Kontrasttabelle

Bonnes
pratiques

Le tableau de référence des contrastes entre deux couleurs

	Beige	Blanc	Gris	Noir	Brun	Rose	Violet	Vert	Orange	Bleu	Jaune	Rouge
Rouge	78	84	33	38			38	24	62	13	82	
Jaune	14	16	73	89	80	58	75	76	52	79		
Bleu	75	82	21	47	7	50	17	12	56			
Orange	44	60	44	76	59	12	47	50				
Vert	72	80		53	18	43	6					
Violet	70	79	5			40						
Rose	51	65	37	73	53							
Brun	77	84	26									
Noir	87	91	58									
Gris	69	78										
Blanc	28											
Beige												

La différence
de contraste est
d'au moins 70%.

- L'utilisation d'un photomètre permet d'obtenir la mesure de l'indice de réflexion des teintes.
- Les indices de réflexion de la lumière des couleurs suivantes sont :
 - Rouge 13% • Jaune 71% • Bleu 15% • Orange 34%
 - Vert 17% • Violet 18% • Rose 30% • Brun 14%
 - Noir 8% • Gris 19% • Blanc 85% • Beige 61%
- La règle de calcul associée à ces valeurs donne le tableau ci-dessus.
- Pour l'utilisateur qui ne pourrait mesurer l'indice de réflexion, le tableau indique les assemblages à faire ou à ne pas faire.
- Les valeurs sont différentes selon l'environnement.

5