



Einsatz digitaler Medien in, für und durch Museen

Rückblick auf die Mai-Tagung „Museums and the Internet“

Seit 2001 organisiert das Rheinische Archiv- und Museumsamt des Landschaftsverbands Rheinland diese im jährlichen Turnus stattfindende Tagungsreihe zum Themenkomplex Museen und das Internet. Lag der Fokus ursprünglich auf "den für die Museen maßgebenden Entwicklungen des WWW" und damit den "Präsentations-, Werbe-, Marketing- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets" – so die Beschreibung der Konferenzreihe –, hat sich das Themenfeld inzwischen deutlich ausgeweitet auf Fragen des Einsatzes digitaler Medien in, für und durch Museen

EVA M. REUSSNER

arbeitet seit 2006 beim Institut für Wissensmedien Tübingen und promoviert parallel dazu beim Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin zum Thema "Anwendung und Wirksamkeit von Publikumsforschung für Museen und Ausstellungsinstitutionen im Kontext des Museumsmanagements". Sie ist Korrespondentin im Bereich Museumsmanagement sowie Publikumsforschung.

Ein Beitrag von Eva M. Reussner, Korrespondentin, Karlsruhe/Tübingen, Email: er (at) kulturmanagement.net

Ziel der Veranstaltung war es, neue und innovative Entwicklungen sowie laufende Projekte einem überwiegend aus der Museumspraxis kommenden Publikum nahezubringen. Insgesamt besuchten etwa 80 Teilnehmer die Tagung, bei der leider wenig große Museen vertreten waren. Der diesjährige Veranstaltungsort war das ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe, das in diesem Jahr sein 10-jähriges Jubiläum im Hallenbau feiern kann. Mit Blick auf diesen besonderen Rahmen war das Potenzial für einen besonderen Schwerpunkt auf Medienkunst bzw. Kunstmuseen gegeben, was jedoch leider nur in der Hauptrede ("Keynote address") von Prof. Peter Weibel sowie in einem Kurzbericht über die Museumspädagogik am ZKM thematisiert wurde.

Die drei zentralen Themen, die diese Tagung bestimmten, heißen *Web 2.0*, *Digital Storytelling* und *mobile Geräte*. So befasste sich Prof. Peter Weibel, Vorstand des ZKM, in der Eröffnungsrede aus kunsthistorischer Perspektive mit den Prinzipien und Praktiken, die mit dem Schlagwort *Web 2.0* belegt werden und welche unter anderem den Beitrag der Nutzergemeinschaft in den Vordergrund stellen. Er zog eine Parallele zwischen *Web 2.0* und einem Wandel im Kunst- und Museumsbereich, den er als Entwicklung weg von der Produzenten- hin zur Rezipientenkultur charakterisiert. Ausgehend von der Auffassung, ein Kunstwerk werde allein durch den Künstler produziert über die Einsicht, dass das Kunstwerk erst im Zusammenspiel mit dem Betrachter entsteht, ging die Entwicklung hin zu „interaktiver“ Kunst, die erst durch den Betrachter in Gang gesetzt wird. Doch bei diesen drei Schritten bleibt es dabei, dass die Inhalte vom Künstler zur Verfügung gestellt werden, nicht vom Rezipienten. Ähnliches stellt Weibel hinsichtlich der Funktionsweise des Kunst- und Museumsfeldes fest: Das Kunstfeld agiert sehr selektiv und



Jedermann kann in-
zwischen an der
Kunstproduktion teil-
haben

... Einsatz digitaler Medien für Museen

entscheidet, welche wenigen Künstler bekannt, ausgestellt und gesammelt werden. Die Neuerung à la Web 2.0 liegt nun darin, dass jedermann an der Produktion von Kunst teilhaben kann, also die Inhalte vom Nutzer bereitgestellt werden (*user generated content*) und damit jeder ein Künstler sein kann. Web 2.0 stellt daher das Gegenteil zur bisherigen Teilhaberegelung am sehr selektiven Kunstgeschehen dar. Mit dem gegenwärtigen Projekt *Flick_ka* unterstreicht das ZKM das Motto: "Alle können im Museum ein Kunstwerk produzieren und Teil eines Kunstwerkes sein." Bei diesem Projekt sind alle Bürger wie Besucher der Stadt Karlsruhe eingeladen, ihr fotografisches Portrait entweder über das Internet auf die Projektseite zu laden oder sich vor Ort an einem Automaten fotografieren zu lassen. Diese Portraits von jedermann werden dann zu einem Teil der Sammlung des ZKM und im Netz ausgestellt. Darüber hinaus wird das Projekt ab 20. Oktober 2007 Teil der Ausstellung *You: The Century of the Consumer*.

Digital Storytelling im
Kontext von Museen

Das zweite zentrale Thema der Konferenz wurde von Michael Mangold (ZKM) und Julie Woletz (Universität Frankfurt) eingebracht: *Digital Storytelling* im Kontext von Museen. Dabei wird *Digital Storytelling*, also digitales Geschichtenerzählen, als eine Lösungsmöglichkeit für die Umsetzung des Bildungsauftrags der Museen aufgefasst. Es ermögli- che, unmittelbar an die Lebenswelt der Rezipienten anzuknüpfen, da Narrativität als wesentliche Form der Alltagskommunikation erkannt wurde. Umgesetzt wurde ein solches Konzept beispielsweise im Projekt *GEIST* des *Zentrums für Graphische Datenverarbeitung (ZGDV) in Darmstadt*.

Story Engines und
Avatare erlauben
Individualisierung

Hier werden Informationen zu den Geschehnissen im 30-jährigen Krieg in Heidelberg vermittelt durch *Augmented-Reality-Avatare* unter Rückgriff auf eine sogenannte *Story Engine*, die unter Nutzung von Tiefenstrukturen der Handlung eine Individualisierung der Narration trotz prinzipiell gleicher Dramaturgie erlaubt. Damit liegt die Besonderheit des *Digital Storytelling* nicht darin, dass vorgegebene Inhalte einfach nur digital vermittelt werden, sondern dass die Inhalte digital generiert bzw. adaptiert werden.

Forderung nach zwei-
seitiger Museums-
kommunikation

Zu den Beiträgen, die eher grundsätzliche Fragen im Themengebiet Museen und digitale Medien betrachten, gehörte auch der Vortrag von Werner Schweibenz (Universität des Saarlandes) zu neuen Ansätzen und Erfahrungen zur Museumskommunikation. Unter Berücksichtigung von Erkenntnissen aus Medienforschung und Lerntheorie forderte er ein stärker zweiseitig aufgefasstes Kommunikationsmodell als Grundlage von Ausstellungen sowie die Berücksichtigung des konstruktivistischen Lernmodells, der Heterogenität des Publikums und seines als *cultural window shopping* charakterisierten Verhaltens durch Eigenbeteiligung, Emotionalisierung und Narrativität. In der Konsequenz bedeutet dies, dass Museen sich von ihrer Deutungs- und Interpretationshoheit verabschieden müssen.

Unter den Berichten über Projekte aus der Museumspraxis war das Thema *Mobile Rundgänge* mit insgesamt sechs Beiträgen besonders prominent vertre-



GPS-basierte Besucherführung durch Museen und archäologische Fundorte

... Einsatz digitaler Medien für Museen

ten. So stellte Marko Modsching (Hochschule Zittau/Görlitz) einen Dynamischen Tour Guide vor, der durch Interessenerfassung, Lokalisierung mittels GPS und Tour-Adaption personalisierte Stadtrundgänge unterstützt. Der besondere Mehrwert eines digitalen mobilen Führers wurde am Beispiel der Kaiserpfalz Ingelheim deutlich. Das von Britta Schulze und Holger Grewe vorgestellte GPS-basierte Navigationssystem führt den Besucher zu den relevanten archäologischen Fundorten und stellt dort jeweils Informationen sowie virtuelle Rekonstruktionen zu den in vielen Fällen nicht mehr sichtbaren Bauwerken der Kaiserpfalz zur Verfügung. Christoph Klütsch und Susanne Schatral (Bremen/Delmenhorst) berichteten vom Projekt MORITZ, das PDAs zur Erschließung von Stätten der Textilindustrie an drei europäischen Standorten einsetzt. Lena Bonsiepen vom Jüdischen Museum Berlin erläuterte die Konzeption eines Multimedia-Guides für ihr Museum, der themenbezogen und narrativ angelegt werden soll. Eine interessante Lösung für Umgebungen ohne Infrastruktur für Besucher, bei denen dennoch die Vermittlung von Informationen ermöglicht werden soll, lieferten Isabel Gronack-Walz und Andreas Walz (cologne digital) für die *Abtei Brauweiler*: Hier können Besucher über das eigene Mobiltelefon Informationen über verschiedene Gebäude abrufen. Markus Etz (Fraunhofer IGD) machte schließlich den Vorschlag, das Prinzip einer digitalen Schnitzeljagd (auch als *Geoaching* bekannt) mit Nutzung von Handy-Kamera, GPS und *Bluetooth* als Möglichkeit zur spielerischen Vermittlung von Kulturinformationen zu nutzen.

Nutzung von Podcasts und Wikis

Weitere Tagungsbeiträge griffen aktuell diskutierte Themen wie *Wikis* oder *Podcasts* auf. So referierte Lena Maculan (University of Leicester) über ihre Studie zur Nutzung von Podcasting durch Museen. Georg Hohmann vom Germanischen Nationalmuseum Nürnberg schlug die Nutzung von *Wikis* für die Sammlungsdokumentation und andere interne kollaborative Vorgänge vor. Neben museumsbezogenen Internetressourcen, z.B. für Klassenfahrten nach Berlin, waren auch Barrierefreiheit im Internet und digitale Sammlungen Gegenstand von Vorträgen. Lütger Landwehr (Digicult Museen Schleswig-Holstein) und Bernhard Thalheim (Universität Kiel) präsentierten in diesem Zusammenhang ihr Konzept für eine nutzerorientierte, adaptive Informationsdarbietung beim Navigieren in digitalen Sammlungsbeständen.

Zusammenfassung

Insgesamt gesehen wurde der Einsatz digitaler Medien für Museen aus verschiedenen Perspektiven sehr nah an den gegenwärtigen Entwicklungen vorgestellt und diskutiert. Dabei wurden zum einen grundsätzliche Fragen zu jüngst als neu und innovativ diskutierten Konzepten behandelt. Zusammenfassend können diese Tendenzen beschrieben werden mit den Stichworten Partizipation und Kollaboration, ortsbasierte Werkzeuge und Navigation sowie Personalisierung, Narration und Adaption der Information. Die Erfahrungsberichte von jüngst abgeschlossenen oder in der Entwicklung befindlichen Projekten von Museen gaben Einblicke in den aktuellen Stand der Praxis und zeigten auf, dass die genannten Prinzipien bislang erst zum Teil in der Museumsarbeit realisiert sind. Gelegentlich kann man sich zudem des Ge-



ONLINE

mai-tagung.de

... Einsatz digitaler Medien für Museen

fühls nicht erwehren, dass der Kulturbetrieb die willkommene Antwort bei der Suche nach Problemen ist, um eine vorhandene Lösung anwenden zu können. Die Manuskripte der Tagungsbeiträge werden in den nächsten Wochen auf der Website der Mai-Tagung zum Nachlesen zur Verfügung gestellt.

Empfohlene Links:

- www.zkm.de/flick_ka
- www.zgdv.de
- www.kaiserpfalz-ingelheim.de
- www.telefonfuehrung.de/brauweiler.html

- Anzeige -

Musik- und Kulturmanagement in Bremen

musikundkulturmanagement
mkm
Weiterbildungs- und
Masterstudiengang
Master of Arts (M. A.) +++ akkreditiert

HOCHSCHULE BREMEN
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

musikundkulturmanagement
Master · Zertifikat · Seminarprogramm

Hochschule Bremen
Koordinierungsstelle
für Weiterbildung
Süderstraße 2 · 28199 Bremen

Kristina Seifert
fon: (04 21) 59 05-47 60 / -41 33
fax: (04 21) 59 05-47 65
www.mkm.hs-bremen.de

berufsbegleitend · 6-24 Monate Teilzeit

Details: <http://www.mkm.hs-bremen.de>