

Social Media verändert den Kulturbereich

Museen, Bibliotheken, Archive und Forschungseinrichtungen im Social Web

Sybille Greisinger – (Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, München)

Der Ruf nach institutioneller Erneuerung, Visionen von einem „Museum der Zukunft“, einem „Museum 2.0“, der „Bibliothek der Zukunft“ oder auch „Bibliothek 2.0“ bestimmen bereits seit Jahren die öffentliche Diskussion.¹ Unbestritten haben sich die Anforderungen an die Kulturinstitutionen in den letzten Jahren massiv gewandelt. Dies mag einerseits seinen Ursprung in den knapper gewordenen finanziellen Ressourcen oder den neu entstandenen technischen Möglichkeiten haben, aber vor allem liegt es daran, dass sich die Gesellschaftsstrukturen grundlegend gewandelt haben. Man spricht von einem digitalen Wandel in der modernen Wissensgesellschaft, der insbesondere auch Auswirkungen auf unsere Kultur hat, denn nicht nur die Praxis des Lesens, Recherchierens sowie des Schreibens, sondern auch die des Rezipierens haben sich damit verändert.² Manifestationen dieses Wandels finden wir in der neuen Art der digitalen Kommunikation. Das Web 2.0 hat das eindimensionale Internet mit reinen Inhalten mittlerweile abgelöst und das dialogische Agieren über die verschiedensten sozialen Plattformen hinweg ist integraler Teil des Webs. Eine Entwicklung, die durch das Mobile Web bzw. die steigende Nutzung von Smartphones noch zusätzlich beschleunigt wird.

Tatsächlich hat sich mit Social Media, darunter Dienste wie Facebook, Twitter, YouTube, vimeo, Instagram, Pinterest, Google+, RebelMouse, EyeEm, Paper.ly, Storify oder Foursquare, ein gänzlich neuer Horizont der dialogischen Möglichkeiten aufgetan, die für jüngere Onliner bereits zur Selbstverständlichkeit geworden sind. Doch wie die gerade publizierte „ARD/ZDF-Onlinestudie“ erneut belegte, sind es aber insbesondere auch die über 50-Jährigen, die aktuell für starke Zuwächse bei der Online-Nutzung in Deutschland sorgen.³ Eine Entwicklung, die zukünftig sicherlich auch für Kunst- und Kulturinstitutionen von Bedeutung ist.

Aktuell sind 75,9% (53,4 Mio.) aller Deutschen online⁴, 43% dieser Onliner bewegen sich wiederum in privaten Netzwerken – vorrangig auf Facebook.⁵ Die einzelne Plattform ist aber im Grunde irrelevant, denn was von der Online-Community gerade präferiert wird, unterliegt einem steten Wechsel. Noch gestern standen

studiVZ oder Myspace im Zentrum der Aufmerksamkeit, heute tummeln sich bereits über 23,6 Mio. Nutzer allein in Deutschland auf Facebook.⁶ Die Gemeinde zieht stets weiter; was sich aber nicht ändert, ist die neue Bereitschaft zur Kommunikation, zum vernetzten Denken und die Erwartungshaltung, nicht nur Informationen, sondern auch Unterhaltung bereitgestellt zu bekommen. Ein Anspruch, der mitunter ein Umdenken in den Institutionen erfordert, denn es werden neben einer gewissen Experimentierfreudigkeit im Umgang mit den Sozialen Medien auch Offenheit und Transparenz sowie ein hohes Maß an Kommunikationsbereitschaft erwartet.

Aber was bedeutet das gerade auch für öffentliche Kultureinrichtungen? Passen unsere Museen, Archive und Bibliotheken überhaupt in diese neue, digitale Welt?

Tatsächlich sind wir alle bereits Teil dieser Entwicklung, deren Ausgang aber noch lange nicht abzusehen ist. Nun heißt es entweder konstruktiv mitprägen oder passiv beobachten. Daher haben sich viele Institutionen für den Sprung ins ‚kalte Wasser‘ und für das Experiment Social Media entschieden. So sollen im Folgenden einige spannende Pilotprojekte, wissenschaftliche Studien und insbesondere Praxisbeispiele aus den Bereichen Museum, Archiv und Bibliothek vorgestellt werden.

Was aber war der konkrete Anlass für diese Kultureinrichtungen, sich den Sozialen Medien zu öffnen? Es ist, so lässt sich übereinstimmend festhalten, einerseits der Versuch, den Besucher bzw. den Benutzer dort abzuholen, wo er eben gerade ist – also im Web und auf den sozialen Plattformen. Andererseits ist die direkte Nähe zur Zielgruppe (potenzielle wie tatsächliche) ausschlaggebend, wie auch der Wunsch, über weitere Kanäle zur Vermittlung der eigenen Inhalte zu verfügen. Weiterhin soll das Angebot den technischen Möglichkeiten der Bereitstellung angepasst – also wettbewerbsfähig – sein. Jedoch allem voran will man die Türen der eigenen Institution aufstoßen, weiter als dies mit einer lokalen Präsenz oder einer Webseite jemals zuvor überhaupt möglich gewesen war.⁷ In Ergänzung muss erwähnt werden, dass öffentliche Einrichtungen natürlich auch einem gewissen Recht-

fertigungszwang unterliegen. So zeigt die Praxis, dass manchmal erst eine Analyse durch eine Unternehmensberatung den Ausschlag für die Orientierung in Richtung Social Media initiiert hat.

Gerade Museen, Bibliotheken oder Archive verfügen dabei über einen schier unerschöpflichen Fundus an noch schlummernden Forschungsfragen wie -ergebnissen, Geschichten und Bildern, die im Grunde nur darauf warten, nach außen getragen zu werden. Ideal zeigen sich hierfür Blogs wie Twitter (*Microblogging*), die als Ergänzung zu den gängigen Fachpublikationen betrachtet werden können.

Die Renaissance des Blogs im Kultur- und Wissenschaftsbereich

Der erste Hype um *Blogs*⁸ ist vorbei, da zeichnet sich gerade eine Art Renaissance ab, die sich im Kultursektor wie im Wissenschaftsbereich bewegt. Obwohl Weblogs gemäß der aktuellen Nutzerzahlen mit 7% der Onliner⁹ in Deutschland eher noch zu den weniger starken Angeboten zählen, verzeichnen diese eine hohe öffentliche Aufmerksamkeit und werden gerade von den „Modernen Kulturorientierten“¹⁰ geschätzt.

Im März 2012 veranstaltete das Deutsche Historische Institut Paris (DHI) gemeinsam mit dem Institut für Kunstgeschichte der Ludwig-Maximilians-Universität München eine Tagung mit dem Titel „Weblogs in den Geisteswissenschaften“.¹¹ Anlass war der Launch der deutschsprachigen Version des Blogportals www.de.hypotheses.org, das bereits in Frankreich und Spanien erfolgreich etabliert ist und Wissenschaftlern bzw. Forschungseinrichtungen kostenfrei den Service bietet, die dort zur Verfügung gestellte Blogarchitektur für einen eigenen Blog aus dem Bereich der *Humanities* zu nutzen oder den eigenen Blog zu integrieren, um von der größeren Sichtbarkeit sowie einer fachgerechten Archivierung der Inhalte zu profitieren. Auch die diesjährige *re:publica 12* widmete sich in einem Panel dem Thema „Wissenschaftliches Bloggen in Deutschland“¹². Hier sieht man die Chance, dass wissenschaftliche Blogs dazu beitragen können, die Verbreitung von unbekannteren Fachrichtungen und spezialisierten Themen voranzutreiben sowie eine Alternative zur Veröffentlichung in wissenschaftlichen Zeitschriften zu bieten. Ergänzend beschäftigte sich die Konferenz der Universität Hamburg unter dem Motto „Digital Diversity: Cultures, Languages and Methods“¹³ mit dem Stand und der Perspektive der digitalen Geisteswissenschaften. Gegründet wurde zu diesem Anlass der Verband „DHD – Digital Humanities Deutschland“ (www.dig-hum.de), der sich als Forum und formelle Interessenvertretung für Forscherinnen und Forscher versteht, die sich

im deutschsprachigen Raum in Forschung und Lehre im Arbeitsbereich der Digital Humanities engagieren. Das Jahr 2013 wird mit einer Konferenz zum Thema „Rezensieren – Kommentieren – Bloggen: Wie kommunizieren Geisteswissenschaftler in der digitalen Zukunft?“ beginnen, die von der Rezensionsplattform für die europäische Geschichtswissenschaft organisiert wird.¹⁴ Daneben finden sich weitere Projekte wie *L.I.S.A.*¹⁵, das Wissenschaftsportal der Gerda Henkel Stiftung (DGIA), oder der Forschungs-Blog www.forschungs-blog.de der Fraunhofer-Gesellschaft. Aber nicht nur die Geschichtswissenschaften, sondern insbesondere die Bibliotheken, Archive, Museumsverbände und Museen haben das Bloggen für sich entdeckt wie auch die anderen Kommunikationskanäle wie Twitter, Facebook, Google+ oder Pinterest.

Im internationalen Vergleich liegen wir jedoch, was die Verstetigung von Social Media im Arbeitsablauf sowie das Entwickeln innovativer neuer Formate betrifft, noch zurück. Allerdings zeigen Institutionen, wie etwa das Kunstforum NRW in Düsseldorf, die Deichtorhallen in Hamburg, die Staatlichen Museen zu Berlin, das Residenz-Museum oder das Haus der Kunst in München, das Städel Museum sowie die SCHIRN in Frankfurt, dass mit Experimentierfreude nicht nur qualitativvolle Blogs, sondern auch ganz neue Social-Media-Konzepte den Weg in die deutsche Kulturlandschaft gefunden haben.

Twitter, ein Kommunikationskanal für Kultur und Wissenschaft

So lud die SCHIRN beispielsweise gemeinsam mit dem Liebieghaus in Frankfurt unlängst zu einem Blogger-Treffen anlässlich der Ausstellung von „Jeff Koons“ (vom 20.6.–23.09.2012) unter dem Titel „MEET-UP. TWEET-UP. KOONS-UP“ ein. Über 50 Kultur-Blogger folgten der Einladung, um die Impulsvorträge von Mercedes Bunz und Matthias Planitzer zu hören und an Diskussionsrunden teilzunehmen.

Unter dem Hashtag #schirnap schloss das Blogger-Treffen abends mit einem *Tweetup*¹⁶ ab, der von KultUp organisiert wurde und damit eine Initiative des Netzwerkes für Kunst, Kultur und Kommunikation im digitalen Raum der Kulturkonsorten in München fortsetzt, die seit 2011 „Tweetups in Museen in Bayern“ organisieren.¹⁷ Twitter verzeichnet derzeit in Deutschland über 2 Mio. Nutzer, die laut Medien-Nutzer-Typologie der ARD/ZDF-Onlinestudie als „Zielstrebige Trendsetter“, „Junge Wilde“ und „Berufsorientierte“ zu definieren sind und eine intensive Onlinenutzung wie eine ausgeprägte Offenheit für neuartige Angebote mitbringen.¹⁸ Die *Frankfurter Abendzeitung* bescheinigte dem Format

der Tweetups bereits ‚Trend-Charakter‘¹⁹. Und tatsächlich setzten auch das Jüdische Museum in Berlin, das Museum für Angewandte Kunst in Frankfurt (MAK) oder das Museum Kunstpalast in Düsseldorf bereits auf diese neue Form der Kulturveranstaltung. So wurde die kürzlich neu eröffnete Dauerausstellung des Historischen Museums in Frankfurt mit einer Tweetup-Preview sowie ein zweitägiges Symposium anlässlich des 75-jährigen Bestehens des Haus der Kunst in München zur Ausstellung „BILD-GEGEN-BILD“ (10.6.–16.9.2012) via Twitter begleitet.²⁰ Der nächste Tweetup in Bayern fand unter dem Hashtag #kukon im September 2012 im Archiv Rupprecht Geiger in Kombination mit einer Spezialführung durch die Ausstellung „Geschichten im Konflikt“ (10.6.2012–13.1.2013) im Haus der Kunst statt, in der ebenso Werke von Geiger gezeigt werden.²¹

Studien zu Twitter liegen bereits vor.²² So hat das Getty Museum in Los Angeles seine erfolgreichen Aktivitäten auf Twitter, die es auf die vorrangig sammlungsbezogenen Inhalte zurückführt, bereits 2009 in einer umfangreichen Auswertung dargelegt.²³ Vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien (2011) wurden hingegen deutschsprachige Tweets, die einen Link beinhalten, auf die Art der Verweisung auf Medieninhalte untersucht.²⁴ Ergebnis dieser Studie ist, dass die Hälfte aller Links aus Tweets als Nachrichten zu werten sind, knapp ein Viertel als Werbung und Produktinformation sowie ein Viertel als interne Mitteilungen und Unterhaltung einzustufen sind. Interessant ist aber, dass 34% der Links in den Tweets auf redaktionelle Inhalte führten, die aus den klassischen Medien stammen (S. 12), 55% der Tweets waren individuell kommentiert (S. 16) und weisen somit einen Mehrwert im Vergleich zu rein redaktionellen Meldungen auf.

Twitter wird also nach wie vor vorrangig als Nachrichtenkanal verwendet, der angereichert durch Links vertiefte Informationen anbietet. Dieses ‚Sprungbrett‘, vergleichbar mit einem Nachrichtenticker, zu weiteren Inhalten etwa auf der eigenen Webseite, zu Texten, Fotos, Filmen oder Tonaufnahmen, nutzen daher neben den Museen auch die Geisteswissenschaften. Denn der schnelle und weitreichende Echtzeitkommunikationsdienst Twitter ist, laut Mareike König vom DHI in Paris, „ein hervorragendes Mittel, um einerseits auf dem Laufenden zu bleiben und um andererseits die Fachkollegen/innen über die eigenen Publikationen, Vorträge und Tätigkeiten zu informieren. Damit ergänzt Twitter die Fachinformation, wie sie über Publikationen und Tagungen sowie seit dem Aufkommen des Internets über Mailinglisten, Blogs, Portale, etc. geführt



Abb. 1: Screenshot „Meet Up. Tweet Up. Koons Up“, <http://www.schirn-magazin.de/panorama/koons-up-bloggertreffen-schirn-frankfurt/> [letzter Zugriff: 10.09.2012].



Abb. 2: Screenshot zweitägiges Symposium im Haus der Kunst München, <http://www.hausderkunst.de/index.php?id=799> [letzter Zugriff: 10.09.2012].

wird.²⁵ Derzeit soll es etwa 300 twitternde Wissenschaftler in Deutschland geben, wie dies eine entsprechende Auflistung in dem für Einsteiger gut geeigneten einführenden Blogbeitrag „Twitter in der Wissenschaft: Ein Leitfaden für Historiker/innen“ von König belegt.²⁶

Bibliotheken verändern ihr Profil

„Libraries are in a perfect position to meet user needs wherever users happen to be. Libraries weren't going away, they're changing.“²⁷ Auch die Bibliotheken verändern ihr Profil, aber schon weit vor den Museen begann hier mit der umfassenden Digitalisierung der Bestände im Grunde bereits eine Öffnung in Richtung Social Media. So sind folgende zwei aktuelle Pilotprojekte in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse: „Lernort Bibliothek“ des Landes Nordrhein-Westfalen sowie die Studie „Jugendliteratur und

Soziale Netzwerke JL2.0⁴ der Internationalen Jugendbibliothek München.

Bereits vor 3 Jahren initiierten das Ministerium für Familie, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen und die Bezirksregierung Düsseldorf das Projekt „Lernort Bibliothek“²⁸, wo es darum ging, öffentliche Bibliotheken zu einem Lernort 2.0 zu machen. Neben der Erstellung eines Grundkonzeptes, das gemeinsam von 8 Pilotbibliotheken erarbeitet wurde, konnten in einem nächsten Schritt entsprechende strukturelle und technische Rahmenbedingungen geschaffen, der Aufbau von neuen Kommunikationswegen entwickelt (Einsatzmöglichkeiten von Social-Media-Angeboten in Öffentlichen Bibliotheken) sowie eine entsprechende Qualifizierung des Bibliotheksteams wie eine Profilanpassung der Bibliotheksarbeit herbeigeführt werden. Mittlerweile – in der letzten Projektphase angekommen – sollen, um die bisherigen Aktivitäten zu festigen und eine nachhaltige und erfolgreiche Positionierung der Bibliotheken im Web zu ermöglichen, die Professionalisierung und Weiterentwicklung der Social-Media-Aktivitäten gestärkt werden. Dies erfolgt über ein intensives Coaching. Insgesamt konnten bereits 30 Bibliotheken von der „Zukunftswerkstatt“²⁹, die das Projekt professionell betreut, erfolgreich beraten und in die digitale Welt begleitet werden.

Dieses umfangreiche und auf Verstetigung ausgerichtete Pilotprojekt zielt wie auch das folgende „JL 2.0“-Projekt der Internationalen Jugendbibliothek München darauf, die kommunikativen und partizipativen Elemente des Web 2.0 für die kulturelle Bildungsarbeit zu nutzen sowie die Bibliothek als Ort des Lernens und des Austauschs zukunftsfähig zu machen.

Im Zusammenhang mit dem 2012 zum zweiten Mal stattfindenden „White Ravens Festival für internationale Kinder- und Jugendbücher“ wurde „JL 2.0“ als Pilotprojekt durchgeführt. Kürzlich legte die Jugendbibliothek ihren Abschlussbericht vor, der eine positive Bilanz über Durchführung, Verlauf und Ergebnis der Praxisstudie zieht. Die über das Projekt erarbeitete Medienkompetenz und das hinzugewonnene

Netzwerk sollen nun über die Projektphase hinaus in den Arbeitsalltag der Bibliothek integriert werden. Zum Einsatz kamen während der Projektphase ein strategisch geplantes *Storytelling*, das verschiedene Plattformen, wie Facebook, zwei Blogs – einer zur Dokumentation des Projekts und einer als Publikationsplattform für das Festival –, Twitter, QR-Codes als Werbemittel sowie verschiedene Video- und Fotokanäle gleichermaßen einbezog. Interessant ist auch hier vor allem die Projektdokumentation und ein Vergleich der anfänglichen Erwartungen mit den nun vorliegenden Ergebnissen der Direktorin der Internationalen Jugendbibliothek Christiane Raabe: „Nach einer fast einjährigen Laufzeit (von der Konzeption bis heute) lässt sich festhalten, dass das Projekt viele unerwartete Wendungen genommen hat, dass es eine Wirkung entfaltete, die nicht vorhersehbar war, und dass sich die Einbeziehung der sozialen Netzwerke in die kulturelle Vermittlungsarbeit mit Jugendlichen als eine Bereicherung erweisen kann. Dazu sind aber genau durchdachte Strategien, Änderungen im Kommunikationsverständnis und engagierter Einsatz sowie die aktive Ansprache [...] notwendig. Es ist gelungen, die sozialen Netzwerke als neues Aktionsfeld der Literaturvermittlung für Jugendliche zu erschließen.“³⁰ Ein ausführliches Monitoring des Projektverlaufs wird in Form eines Blogbeitrags auf „Das Nest – das Dokumentations-Blog zum Projekt JL 2.0“³¹ sowie als E-Book veröffentlicht.

Die hier vorgestellten Projekte, Tagungen und Studien resümierend, kann festgehalten werden, dass in Deutschland gerade eine durchaus kreative Dynamik entsteht. Trotz sicherlich noch vielfach vorhandenem Diskussionsbedarf, von Irrläufern und Frustrationen zeichnet sich eine gewisse Akzeptanz von Social Media ab, die sich gerade auch in den öffentlichen Institutionen findet. Wünschenswert wäre sicherlich eine weitere Verstetigung sowie das Bilden von festen Strukturen in den Institutionen selbst, die Social Media dort als einen Bereich in der Museumsarbeit, der Forschung und der Bildungsarbeit verstehen.

Weiterführende Literatur

- Bergmann, Julia u. a., *Handbuch Bibliothek 2.0*, Berlin/New York 2010, in Auszügen online einsehbar: <http://www.e-cademic.de/data/ebooks/extracts/93110232097.pdf> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
- Binder, Tanja, *Web 2.0-Anwendungen im Marketing von Kunstmuseen. Eine kritische Auseinandersetzung*, Wiesbaden 2012.
- Casey, Michael E. u. a., *Library 2.0. A Guide to Participatory Library Service*, 4. Aufl., Medford, New Jersey, 2011.

Abb. 3: Screenshot Facebookeintrag des White Ravens Festivals, <http://www.facebook.com/WhiteRavensFestival?ref=ts> [letzter Zugriff: 10.09.2012].



- Gantert, Klaus, *Elektronische Informationsressourcen für Historiker*, Berlin u. a. 2011 (Bibliotheks- und Informationspraxis).
- Gesser, Susanne u. a. (Hg.), *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*, Bielefeld 2012 (Kultur- und Museumsmanagement).
- Johnson, L. u. a., *The NMC Horizon Report: 2011 – Museum Edition*, The New Media Consortium, Austin, Texas, 2011, <http://www.nmc.org/pdf/2011-horizon-report-museum.pdf> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
- Kaden, Ben, *Library 2.0 und Wissenschaftskommunikation*, Berlin 2009.
- Kansa, Eric C., *Archäologie 2.0. New Tools for Communication and Collaboration*, 2012, <http://digitaldigging.net/archaeology-2-0-contents-page/> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
- Twitter for Museums, Strategies and Tactics for Success. A Collection of Essays*, Edinburgh 2010.
- Vogelsang, Axel u. a. (Hochschule Luzern), *Social Media für Museen – Ein Leitfaden zum Einstieg in die Nutzung von Blog, Facebook, Twitter & Co für die Museumsarbeit*, Luzern 2011, http://blog.hslu.ch/audienceplus/files/2011/10/HSLU-DK_Soziale-Medien_Doppelseiten_Mittel.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012].
- Wagner, Bernd (Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2011: Band 11 – Thema: Digitalisierung und Internet*, Basel 2011.
- Zimmermann, Olaf u. a. (Hg.), *Digitalisierung. Kunst und Kultur 2.0*, Berlin 2011 (Deutscher Kulturrat), <http://www.kulturrat.de/dokumente/buecher/digitalisierung.pdf> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
1. Vgl. Büning, Petra, *Lernort Bibliothek – Ein Konzept für die Bibliothek der Zukunft*. In: *Prolibris* 17 (2012), 1, S. 5–9; Rauterberg, Hanno, *Schluss mit Ewigkeit!* In: *Die Zeit*, Nr. 34 vom 16.8.2012 (<http://www.zeit.de/2012/34/Kunst-Deutsche-Museen>); Social Media war auch Thema auf dem diesjährigen Bibliothekartag in Hamburg (22.–25. Mai 2012), der unter dem Motto „Bibliotheken – Tore zur Welt des Wissens“ stand; Karich, Swantje, *Zukunft der Museen. Holt die Bilder ans Licht!* In: *F.A.Z.net*, 2.4.2011, siehe <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/2.1782/zukunft-der-museen-holt-die-bilder-ans-licht-1619827.html> [letzter Zugriff: 10.09.2012]. Das komplette Dossier zur Lage der Museen: *F.A.Z.-Beilage „Bilder und Zeiten“*, 2.4.2011; Schulze, Karin, *Museums-Star Chris Dercon: „Gehen Sie in den hintersten Winkel des Gartens“*. In: *Spiegel Online*, 11.2.2011, siehe <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/museums-star-chris-dercon-gehen-sie-in-den-hintersten-winkel-des-gartens-a-744706.html> [letzter Zugriff: 10.09.2012]; Bergmann, Julia u. a., *Ist Bibliothek 2.0 überhaupt noch relevant? – Eine Einleitung*. In: Bergmann, Julia und Patrick Danowski, *Handbuch Bibliothek 2.0*, Berlin u. a. 2010, S. 5–20; Danowski, Patrick u. a., *Bibliothek 2.0: Die Zukunft der Bibliothek?* In: *Bibliotheksdienst* 40 (2006), 11, S. 1259–1271; Zimmer, Dieter E., *Die Bibliothek der Zukunft*, Hamburg 2000.
 2. Vgl. Schulz, Gerhard, *Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Kunst und Publikum im digitalen Zeitalter*. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.), *Jahrbuch für Kulturpolitik 2011*, Band 11 (Thema: Digitalisierung und Internet), Bonn u. a. 2011, S. 27–39.
 3. 2012 wie bereits schon 2011 ging der Zuwachs der „neuen Onliner“ von den über 50-Jährigen aus: Insgesamt waren es 1,7 Mio. Die Verteilung sieht einen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um 7,8% bei den 50- bis 59-Jährigen, um 8,8% bei den 60- bis 69-Jährigen und um 2,5% bei den über 70-Jährigen, vgl. Eimeren, Birgit van und Beate Frees, *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 362–379, hier S. 362f. Die ARD/ZDF-Onlinestudie referiert weiterhin zum Generationen-Thema vorrangig eine Studie des Schweizer Zentrum für Technologiefolgen-Abschätzung TA-SWISS, die zeigt, wie die „Generation Internet“ bzw. die sogenannten „Digital Natives“, wie man gerne die vermeintlich webaffine jüngere Generation nennt, tatsächlich mit dem Internet und Social Media umgeht, vgl. d’Anna-Huber, Christine, *Digital Natives. Wie brauchen die „Generation Internet“ das Internet?*, Bern 2011, siehe http://edudoc.ch/record/97358/files/2011_TA-P15_Digital_Natives_de.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012]; bzw. vgl. Eimeren, Birgit van u. a., *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 362–379, hier S. 364f. Darüber hinaus vgl. Busemann, Katrin u. a., *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 380–390, hier S. 380, siehe http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 4. Der ARD/ZDF-Onlinestudie liegt als Basis die deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren zugrunde. Vgl. Eimeren, Birgit van u. a., *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*, in: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 362–379, hier S. 362.
 5. Aktuell vor allem auf Facebook. Vgl. Busemann, Katrin u. a., *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 380–390, hier S. 380.
 6. Aktive Facebook-Nutzer in Deutschland: 23.640.910 (Stand: 7.8.2012), Quelle: allfacebook.de, http://allfacebook.de/zahlen_fakten/236-millionen-nutzer-in-deutschland-aktuelle-facebook-nutzerzahlen-fur-august-2012/ [letzter Zugriff: 10.09.2012]; aktive Facebook-Nutzer weltweit: 955 Millionen, Quelle: [Facebook.com](https://www.facebook.com/business/power-of-advertising), <https://www.facebook.com/business/power-of-advertising> [letzter Zugriff: 10.09.2012].

7. Vgl. Gilbert, Maria L., *Getty Museum Twitter Evaluation*, Los Angeles 2009, S. 1, http://www.getty.edu/museum/research/metrics_evaluations/downloads/getty_museum_twitter_evaluation_2009.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012]; Bezirksregierung Düsseldorf (Hg.), „Lernort Bibliothek“ – *Auf dem Weg in eine digitale Zukunft. Ein Pilotprojekt des Landes Nordrhein-Westfalen*, Düsseldorf 2011, S. 4, http://www.bezreg-duesseldorf.nrw.de/schule/privatschulen_sonstiges/pdf/Lernort_Bibliothek_-_auf_dem_Weg_in_eine_digitale_Zukunft.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012]; Raabe, Christiane, *Abschlussbericht: Jugendliteratur und Soziale Netzwerke JL 2.0. Eine Pilotstudie*, 23.08.2012, Blog Das Nest, siehe <http://das-nest.posterous.com/abschlussbericht-jugendliteratur-und-soziale> [letzter Zugriff: 10.09.2012]; *Twitter for Museums: Strategies and Tactics for Success. A Collection of Essays*, Edinburgh 2010, S. 13 f.
8. Grundlagen zum Thema Bloggen unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>.
9. Vgl. Busemann, Katrin u. a., *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 380–390, hier S. 386.
10. 18% der Blog-Nutzer wiederum werden der Gruppe der Kulturinteressierten zugerechnet, vgl. Busemann, Katrin u. a., *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 380–390, hier S. 388.
11. Weiteres zur Tagung unter <http://redaktionsblog.hypotheses.org/136> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
12. re:publica 12, 2.–4. Mai 2012, Berlin, <http://re-publica.de/12/panel/wissenschaftliches-bloggen-in-deutschland/> [letzter Zugriff: 10.09.2012]; Weiterhin zum Thema: Womser, Kathrin, *Wissenschaftliches Bloggen in Deutschland – humorlos und langweilig?*, Blog Widerhall, 4.5.2012, siehe <http://medienresonanzanalyse.wordpress.com/2012/05/04/blatterwald-auf-der-republica-12-wissenschaftliches-bloggen-in-deutschland-humorlos-und-langweilig/> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
13. Unter <http://www.dh2012.uni-hamburg.de/> finden sich weitere Informationen zur Tagung sowie einzelne Videoaufzeichnungen der Beiträge. Publikation zur Tagung: The Alliance of Digital Humanities Organizations; The Association for Computers and the Humanities; The Association for Literary and Linguistic Computing; The Australasian Association for Digital Humanities; centerNet; The Society for Digital Humanities – Société pour l'étude des médias interactifs; Meister, Jan Christoph (Hg.), *Digital Humanities 2012 – Conference Abstracts. University of Hamburg, Germany, July 16–22, 2012*, Hamburg 2012, siehe <http://hup.sub.uni-hamburg.de/products-page/publikationen/106/> [letzter Zugriff: 10.09.2012]. Der Verband DHD orientiert sich dabei an den Inhalten des bereits an der Universität zu Köln etablierten Cologne Center for eHumanities (<http://www.cceh.uni-koeln.de/eHum>), das einen interdisziplinären Ansatz der Geisteswissenschaften mit Informationswissenschaften und Informatik verfolgt.
14. *recensio.net* ist ein Gemeinschaftsprojekt der Bayerischen Staatsbibliothek, des Leibniz-Instituts für Europäische Geschichte (Mainz) und der Universität zu Köln. Der Blog sowie Informationen zur Tagung unter <http://rkb.hypotheses.org/>.
15. http://www.lisa.gerda-henkel-stiftung.de/blog.php?nav_id=665 [letzter Zugriff: 10.09.2012].
16. <http://www.schirn-magazin.de/panorama/koons-up-bloggertreffen-schirn-frankfurt/> [letzter Zugriff: 10.09.2012] bzw. Schmid, Ulrike, *Tweetup für die Kultur*. In: *Public Marketing*, Juli/August 2012, <http://kultup.files.wordpress.com/2012/03/tweetup-fc3bcr-die-kultur.pdf> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
17. *Kulturkonsorten* ist eine Initiative in München, die unter anderem die „aufbruch. museen und web 2.0“-Tagung seit 2011 und das stARTcamp München 2012 organisiert sowie das Konzept der *Tweetups* im Museumsbereich etablierte, <http://www.kulturkonsorten.de>. Unter dem Begriff *KultUp* profilierte Ulrike Schmid das Format der *Tweetups* erfolgreich auch im Frankfurter Raum und veranstaltete Twitter-Events in Museen, Bibliotheken sowie im Sinfonieorchester, <http://kultup.org/>.
18. Die 2,08 Mio. Twitter-User machen 4% der deutschen Onliner über 14 Jahren aus. Im Vergleich zum Vorjahr ist in diesem Bereich ein Zuwachs von etwa einer halben Million User zu verzeichnen, der sich hauptsächlich aus der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen speist. Vgl. Busemann, Katrin u. a., *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys (Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012)*. In: *Media Perspektiven* (2012), 7/8, S. 380–390, hier S. 386.
19. Spehr, Michael, *Trend. Twitter im Museum*. In: *Frankfurter Abendzeitung*, 22.5.2012, <http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/trend-twitter-im-museum-11757194.html> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
20. Vgl. Gorgus, Nina, *Rückschau #KultUp: was hat's gebracht?*, Blog: Der Blog zum Frankfurter Stadtmuseum, 5.9.2012, <http://blog.historisches-museum-frankfurt.de/?tag=unter-uns> [letzter Zugriff: 10.09.2012]. Das Symposium im Haus der Kunst in München fand vom 9.–10. Juni 2012 statt. Die Dokumentation der Veranstaltung ist online einzusehen, unter: <http://www.hausderkunst.de/index.php?id=799> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
21. Vgl. Vorankündigung des *Tweetups* der *Kulturkonsorten* im Archiv Geiger: <http://vimeo.com/49146388> [letzter Zugriff: 10.09.2012] bzw. <http://kulturkonsorten.de/allgemein/mit-dem-kulturtaxi-zum-tweetup-im-archiv-geiger-am-17-09-12> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
22. Frank, Simon A., *Twitter als Instrument der Museumspädagogik?*. In: *Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell* (2012), 93, S. 21–22. Frank schreibt darin, dass entsprechend einer Studie aus dem Jahr 2010 (Schmid, Ulrike, *Das Social-Media-Engagement deutscher Museen & Orchester*, Online-Publikation 2010, <http://kulturzweinull.eu/wp-content/uploads/2010/10/das-social-media-engagement-deutscher-museen-und-orchester-20102.pdf> [letzter Zugriff: 10.09.2012]) davon auszugehen ist, dass jedes zweite Museum in Deutschland bereits mit Twitter arbeitet (S. 21). Dies ist sicherlich eine

- überzogene Zahl. Jedoch zeigt die von Frank selbst erstellte kleine Studie 2010/2011 mit 306 Befragten über die Community „Kulturgezwoitscher.de“ erhoben, dass die Nutzung von Twitter bei 36 % der hier Befragten und im Kulturbereich Tätigen zur Pflege der eigenen kulturellen Interessen unverzichtbar geworden war. Trotzdem kommt Frank zu dem Schluss, dass Twitter aufgrund der noch geringen Verbreitung in Deutschland lediglich für besondere Projekte oder für spezifische Zielgruppen (wie Journalisten, Blogger) geeignet erscheint (S. 22). Weitere Studien zu Twitter: Kwak, Haewoon; Lee u. a., *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* In: *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web – WWW '10*, 591, Raleigh, North Carolina/ USA 2010; Hughes, Amanda Lee u. a., *Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events*. In: *International Journal of Emergency* 6 (2009), 3, S. 248–260.
23. Gilbert, Maria L., *Getty Museum Twitter Evaluation*, The J. Paul Getty Museum, Los Angeles 2009, http://www.getty.edu/museum/research/metrics_evaluations/downloads/getty_museum_twitter_evaluation_2009.pdf [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 24. Die Erhebung erfolgte mittels Stichprobenziehung aus einem Pool von 12.048 Tweets. Das Analyse-material umfasste 3.221 Tweets, die ausschließlich deutschsprachig und von Personen und nicht von Unternehmen verfasst waren, vgl. Maireder, Axel, *Links auf Twitter. Wie verweisen deutschsprachige Tweets auf Medieninhalte?* Online-Publikation, Universität Wien, S. 7, <https://fedora.phaidra.univie.ac.at/fedora/get/o:64004/bdef:Content/get> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 25. König, Mareike, *Twitter in der Wissenschaft. Ein Leitfaden für Historiker/innen*, Blog Digital Humanities am DHI Paris, 21.8.2012, siehe <http://dhdhi.hypotheses.org/1072> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 26. Ebd. Eine Liste von Mark Scheloske (<http://www.wissenswerkstatt.net/wissenschaft-wissenschaftler-auf-twitter-twitterstudie/> [letzter Zugriff: 10.09.2012]) bietet hier die Grundlage. Wissenswertes zum Thema findet sich auch bei: Gries, Christian, *Social-media- und kulturellrelevante Hashtags auf Twitter*, Blog iliou melathron, 14.06.2012, <http://blog.iliou-melathron.de/index.php/2012/06/hashtags/> [letzter Zugriff: 10.09.2012] sowie König, Mareike, *Twitter in der Lehre (Schule und Universität). Eine kleine Literaturliste*, Redaktionsblog hypothesen.org, 13.8.2012, siehe <http://redaktionsblog.hypothesen.org/585> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 27. Stephens, Michael, *Welcome to the Library 2.0!*. In: Bergmann, Julia und Patrick Danowski, *Handbuch Bibliothek 2.0*, Berlin/New York 2010, S. 3–4, hier S. 3.
 28. Bezirksregierung Düsseldorf (Hg.), *„Lernort Bibliothek“ auf dem Weg in eine digitale Zukunft. Ein Pilotprojekt des Landes Nordrhein-Westfalen*, 2011; Büning, Petra und Beate Möllers, *Lernort Bibliothek – zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Ein Pilotprojekt des Landes Nordrhein-Westfalen*. In: *ProLibris*, 15 (2010), 2, S. 85–88. (http://www.bezreg-duesseldorf.nrw.de/schule/privatschulen_sonstiges/pdf/Lernort_Bibliothek_-_Zukunftsvision_und_Entwicklungsperspektiven_10_06_01.pdf). Dokumentation des Projektes unter dem Hashtag: #lernortbib auf Twitter sowie auf den Blogs <http://www.christoph-deeg.de> und <http://oebib.wordpress.com/tag/lernort-bibliothek/> [letzte Zugriffe: 10.09.2012].
 29. Der Verein „Zukunftswerkstatt Kultur- und Wissensvermittlung e.V.“ wird unter dem Vorsitz von Julia Bergmann, Christoph Deeg und Dr. Rudolf Mumenthaler geführt: <http://zukunftswerkstatt.wordpress.com/> [letzter Zugriff: 10.09.2012].
 30. Raabe, Christiane, *Abschlussbericht: Jugendliteratur und Soziale Netzwerke JL 2.0. Eine Pilotstudie*, (Blog: Das Nest) 23.08.2012.
 31. Ebd.