

Podcasting als neue Herausforderung für Kunstmuseen und Bibliotheken¹

Constanze Wicke – (Leipzig)

Museen und Bibliotheken unterliegen einem ständigen Wandel. Um als moderne, besucher- und benutzerorientierte Institutionen wahrgenommen zu werden, müssen sie verstärkt Anteil an den gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen des 21. Jahrhunderts nehmen. Podcasting – als relativ junge webgestützte Kommunikationstechnologie – kann hierbei als eine Herausforderung für die Museums- und Bibliotheksarbeit verstanden werden.

Podcasts sind Audio- oder Videodateien, die über das Internet veröffentlicht werden und sich mittels Feed, meist RSS, automatisch abonnieren lassen. Die größtenteils kostenlosen Podcasts können entweder am Computer oder auf einem mobilen Gerät, wie MP3-Player oder PDA, abgespielt werden. Diese Technologie ermöglicht dem Rezipienten, Beiträge zu jeder Zeit und an jedem Ort zu konsumieren.

Die neuen Web-Technologien, zu denen neben Podcasts auch Weblogs und Wikis gehören, werden mit den Schlagworten Individualität, Partizipation, Interaktivität und Authentizität umschrieben. So besteht das innovative Potenzial dieser sogenannten Social Software darin, eine Plattform zu schaffen, die grundsätzlich jedem zur Mitwirkung offensteht.

Podcasts werden seit Mitte 2005 zunehmend auch von professionellen² und kommerziellen³ Anbietern in Podcastverzeichnissen wie *iTunes*, *podster.de* oder *dopcast.de* angeboten.

Podcasting in Kunstmuseen

Museen (insbesondere Kunstmuseen) setzen bereits seit einiger Zeit Podcasts als besucherorientiertes Angebot zur Vermittlung musealer Inhalte ein. Als informierende, bildende und unterhaltende Komponente bereichern Podcasts dabei nicht nur den Museumsbesuch selbst, sondern auch dessen Vor- und Nachbereitung. Über das Medium können dem Rezipienten richtungswisende Anregungen für die Kunstbetrachtung und für einen „erfolgreichen“ Museumsbesuch vermittelt werden. Darüber hinaus sehen Museen in Podcasts ein Instrument des Museumsmarketings.

Kunstmuseen experimentieren seit Mitte 2005 mit Podcasting. Dabei werden die meisten Museumspodcasts von US-amerikanischen Kunstmu-

seen veröffentlicht. In Deutschland bieten erst wenige Institutionen kontinuierlich Podcasts an und integrieren das Tool auf ihrer Museumswebsite.⁴

Typologie von Museumspodcasts⁵

Grundsätzlich ist zu beobachten, dass sich das Podcastangebot der Kunstmuseen äußerst vielfältig gestaltet. Im Folgenden werden unterschiedliche Möglichkeiten der inhaltlichen Ausrichtung von Museumspodcasts vorgestellt.

Audioführung als Podcast

Audioführungen haben sich seit Mitte der 1990er-Jahre erfolgreich in Kunstmuseen als zusätzliches Informationsangebot etabliert. Die vorwiegend in Zusammenarbeit mit Audioguideunternehmen realisierten akustischen und visuellen Führungen werden von den Museen verstärkt als Podcast angeboten. Die Museen bieten ihren Besuchern somit die Möglichkeit, eine kostenfreie Audioführung bereits vor dem Ausstellungsbesuch auf ihr eigenes portables Abspielgerät zu übertragen.

Feature-ähnlicher Podcast

Museumspodcasts im Format eines Features orientieren sich stark an Sendeformaten des Journalismus. Dieses Format bewegt sich zwischen Kommentar, Dokumentation und Reportage. Formal werden diese Podcasts aus Interview- oder Gesprächspassagen, musikalischer Untermalung und Klangcollagen sowie Original-Tönen und Bildmaterial zusammengestellt. Diese Sendungen können sich, um ein mögliches Themenspektrum aufzuzeigen, aktuellen Ausstellungen, Werken aus der Sammlung, Künstlern bzw. Künstlergruppen oder der Architektur des Hauses widmen. Als Experten für das Thema des Podcasts und seine einzelnen Episoden lassen sich z. B. Künstler, Kuratoren, Sammler, Galeristen, Philosophen oder Architekten gewinnen. Dieses Format zeichnet sich durch die Verbindung informierender und unterhaltender Elemente aus und kann während oder unabhängig von einem Museumsbesuch konsumiert werden.

Dass diese Produktionen mit einem großen Arbeits- und Kostenaufwand verbunden sind, steht außer Frage. Doch ist ein feature-ähnlicher Podcast, gerade durch die Anlehnung an bekannte

Sendeformate, ein ideales Instrument zur Vor- und Nachbereitung eines Museumsbesuches.

Gegenwärtig bieten vor allem große und mittelgroße Institutionen dieses Podcastformat an. Als Beispiele werden ein deutsch- und zwei englischsprachige Podcasts angeführt.

MUMOK, Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien⁶ (Audio Podcast)

Das MUMOK bietet seit Mitte 2006 kontinuierlich einen ausstellungsbegleitenden Podcast an. Im Podcast werden Gesprächspassagen (Künstler äußern sich zu ihren ausgestellten Werken und Kuratoren erläutern kontextuelle Zusammenhänge der Ausstellung) mit Musikeinspielungen und Klangcollagen unterlegt. Die Längen der einzelnen Episoden sind mit 6–16 Minuten optimal für dieses Podcastformat.

SFMOMA ArtCast (Audio, Enhanced und Video Podcast)⁷

Der vielfach besprochene und mehrfach ausgezeichnete⁸ Podcast des San Francisco Museum of Modern Art wird seit Oktober 2005 monatlich bereitgestellt. Somit zählt das SFMOMA zu einem der Vorreiter beim Podcasteinsatz in Kunstmuseen.⁹ Die monatliche Episode des Podcasts wird jeweils im Audioformat und im Enhanced Format¹⁰, mit zusätzlich eingefügten Bildern und Texten, angeboten. Das SFMOMA nutzt mit seinen Podcasts auch das Potenzial des neuen Kommunikationsmediums im Sinne Bertolt Brechts¹¹,

indem z. T. Stimmen von Besuchern und aus der Bevölkerung in das Format integriert werden. Im Museum kann sich der Besucher einen MP3-Player mit der Podcastführung ausleihen, und falls der Rezipient die aktuelle Podcastepisode vor einem Museumsbesuch auf seinen MP3-Player, PDA, Mobiltelefon etc. gespielt hat, erhält er zusätzlich eine Ermäßigung von \$2 auf den Eintrittspreis. Ein Anreiz, der als zusätzliche Maßnahme zur Besucherbindung betrachtet werden kann.

Tate Galerien TateShots (Video Podcast)¹²

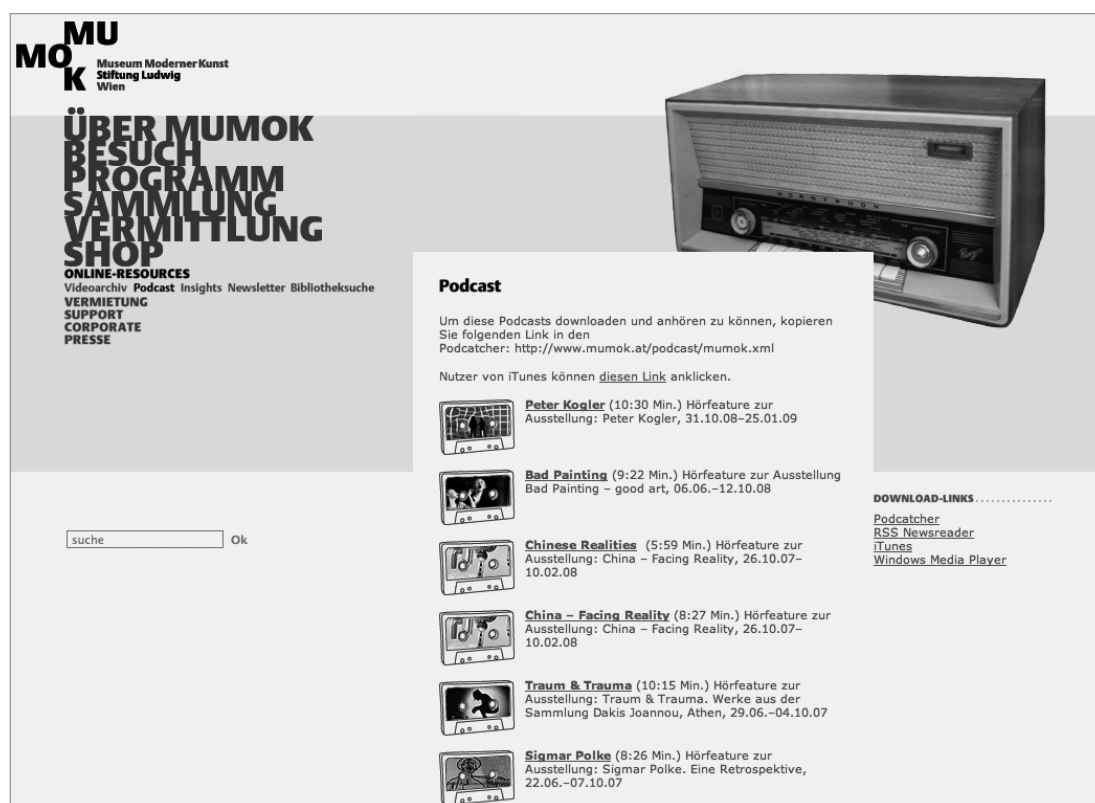
Aus der Vielzahl der sehr professionellen Podcasts der Tate-Galerien (Tate Britain, Tate Modern, Tate Liverpool, Tate St Ives) sollen die TateShots hervorgehoben werden. In diesem Video Podcast werden u. a. Künstler in ihren Ateliers aufgesucht und am Entstehungsort zu ihrer Kunst befragt. Dem Rezipienten können durch diese Form des Video-Podcasts Hintergrundinformationen vermittelt werden, die in der Ausstellung, in Katalogen, auf der Museumswebseite etc. keinen Raum finden.

Weitere gängige Formate von Museums-podcasts

Aufnahmen von Vorträgen, Lesungen und Symposien als Podcast

Bei der Produktion von Podcasts greifen Museen durchaus auch auf bereits existierendes Ton- und Bildmaterial zurück. Zumeist werden Mitschnitte von Veranstaltungen, wie Vortragsreihen, Lesun-

Abb. 1: Screenshot Website des MUMOK (25.02.2009)



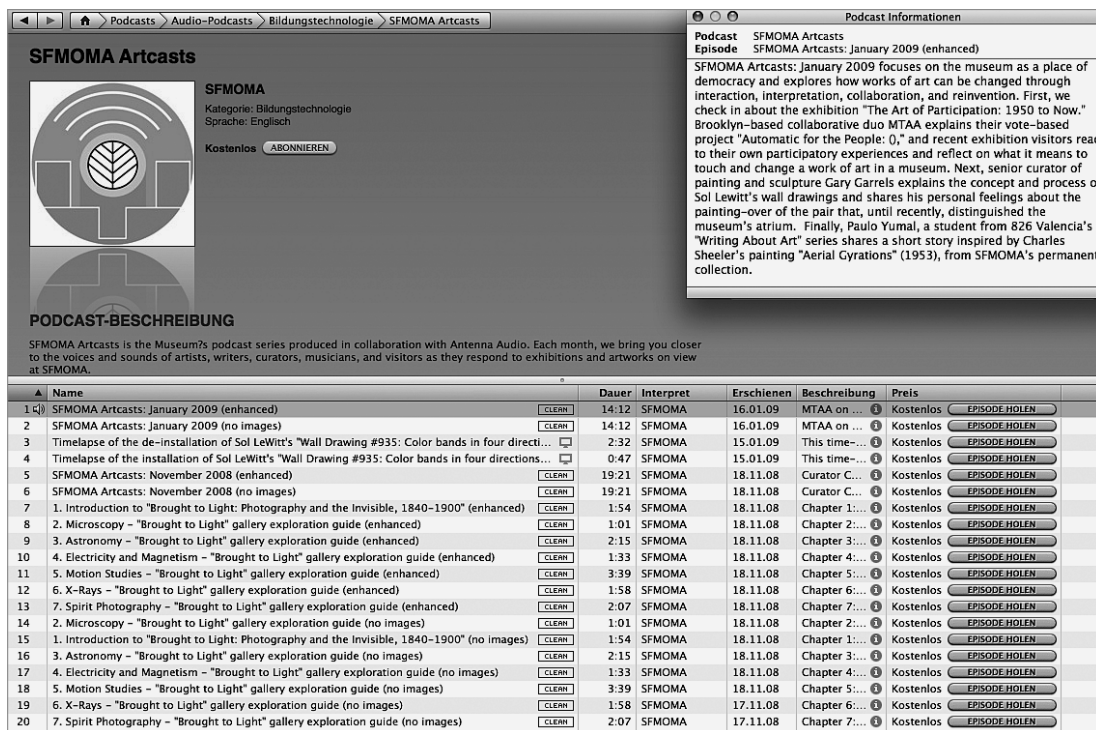


Abb. 2: Screenshot des SFMOMA Artcast bei iTunes (25.02.2009)

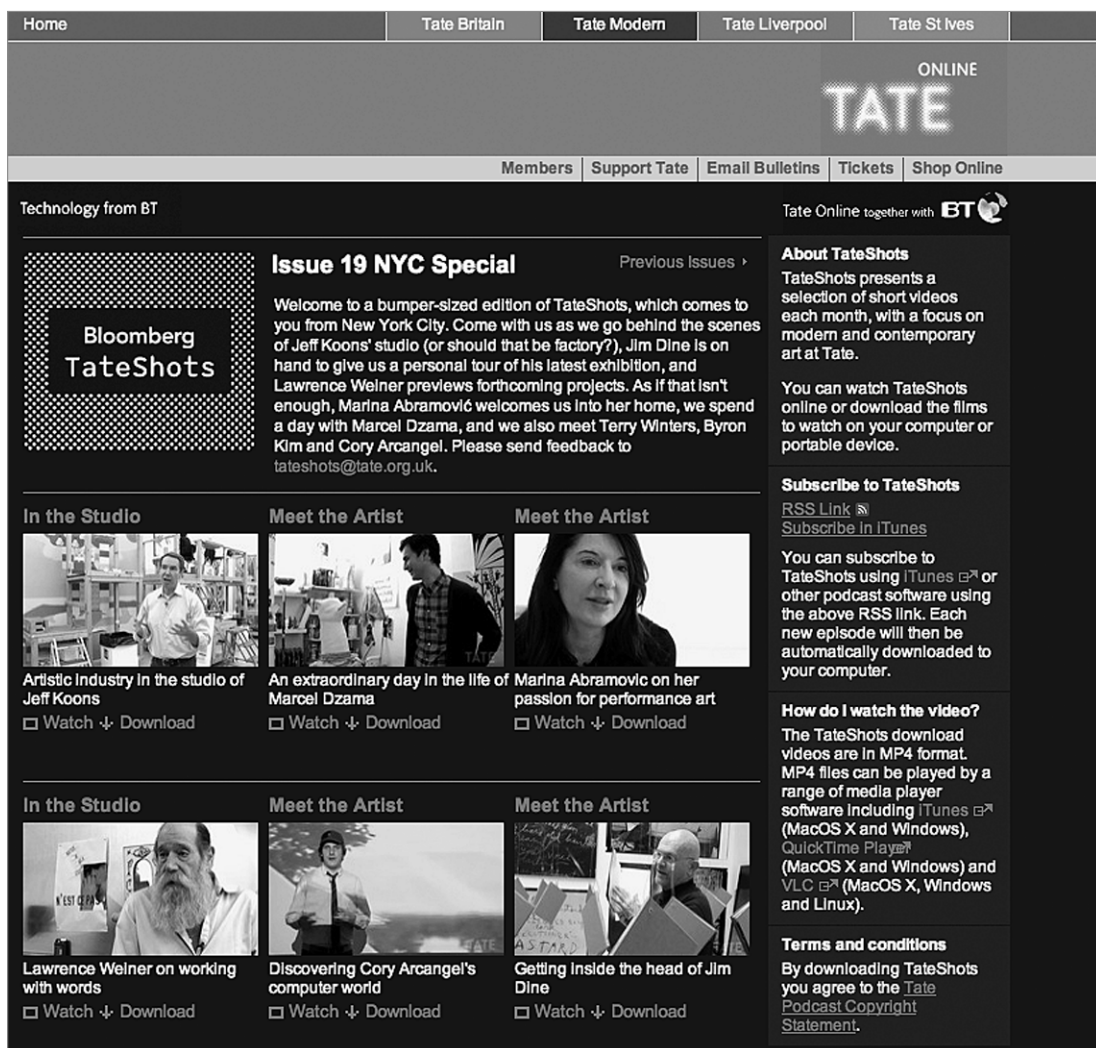


Abb. 3: Screenshot Website TateShots (25.02.2009)

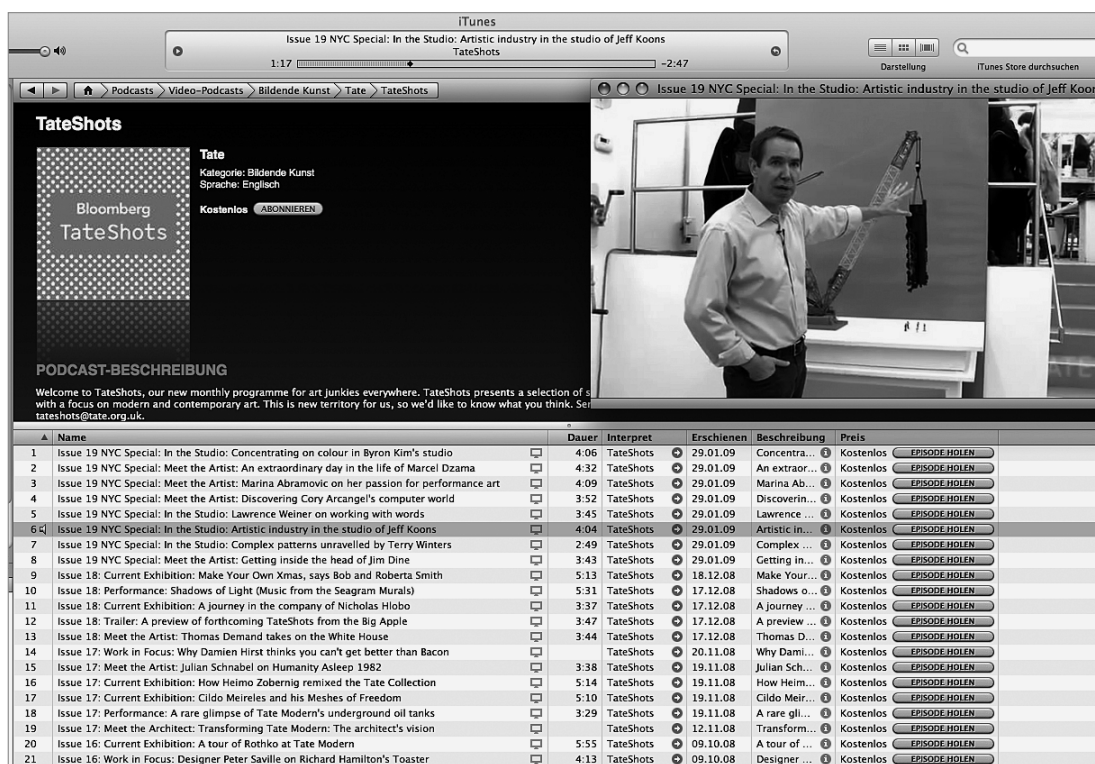


Abb. 4: Screenshot TateShots bei iTunes (26.02.2009)

gen und Symposien, in ungekürzter und unkommentierter Form als Audio oder Video Podcast veröffentlicht.¹³

Musikpodcast

Von Museen produzierte Musikpodcasts bestehen entweder aus Aufnahmen (bestenfalls kommentiert) von im Haus veranstalteten Konzerten oder kurzen Musikstücken, die von Künstlern, Komponisten oder Sounddesignern eigens für Ausstellungsobjekte etc. komponiert wurden.¹⁴

„Besucherpodcast“

Um das Potenzial des Mediums auszuschöpfen, könnten und sollten Museen Podcasts als eine Plattform für die Besucherintegration nutzen. Doch sind es gegenwärtig erst wenige Museen, die ihre Besucher in die Podcastproduktion einbeziehen. Beteiligt sich der Museumsbesucher bei der Podcastproduktion, ist er folglich nicht mehr nur Rezipient von Informationen, sondern wird selbst zum Sender. Da der Informationsfluss nicht mehr einseitig in Richtung Museum – Besucher verläuft, könnte ein „Besucherpodcast“ im Idealfall zur Weiterentwicklung musealer Strukturen führen – bis hin zu neuen Formen der Ausstellungskonzeption unter Beteiligung der Besucher.

Podcasting in Bibliotheken

Bibliotheken, insbesondere Kunst- und Museumsbibliotheken, reagieren zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch sehr verhalten auf Podcasting.

Auch in diesem Bereich finden sich die meisten Podcastveröffentlichungen im US-amerikanischen Raum. In Deutschland sind es vor allem Hochschulbibliotheken, die eine Vorreiterrolle beim Einsatz von Podcasts übernehmen. Akademische Einrichtungen haben schon früh das Potenzial von Podcasts als Vermittlungs- und Kommunikationsmedium erkannt. Häufig sind es mediendidaktisch interessierte Studenten, die Podcastformate für ihre Einrichtung entwickeln und diese auch auf der Website ihrer Bibliothek veröffentlichen. Themen dieser Podcasts sind beispielsweise Vorlesungsmitschnitte und Informationen zu studienbezogenen Fragestellungen.

Aber auch deutsche Hochschulbibliotheken, wie die Universitätsbibliothek der Technischen Universität Dortmund,¹⁵ produzieren selber Podcasts. In den Podcasts der UB Dortmund erhält der Hörer u.a. Informationen zur Nutzung des Katalogs, von Zeitschrifteninformationsdiensten oder praktische Hinweise zur Benutzung von Druckern. Mit einer englischsprachigen Podcastepisode, die grundlegende Nutzungshinweise der Einrichtung erläutert, werden auch ausländische Studierende angesprochen.

Wie bereits am Beispiel von Museums podcasts gezeigt, können auch Bibliotheken bei der Veröffentlichung von Podcasts auf bereits existierende Ton- und Filmdokumente zurückgreifen. Als ein Beispiel sei der Podcast der Universitätsbibliothek der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg¹⁶ angeführt. Vorträge, die im Rahmen einer Ringvorlesung zum 550. Jubiläum der Universität gehalten

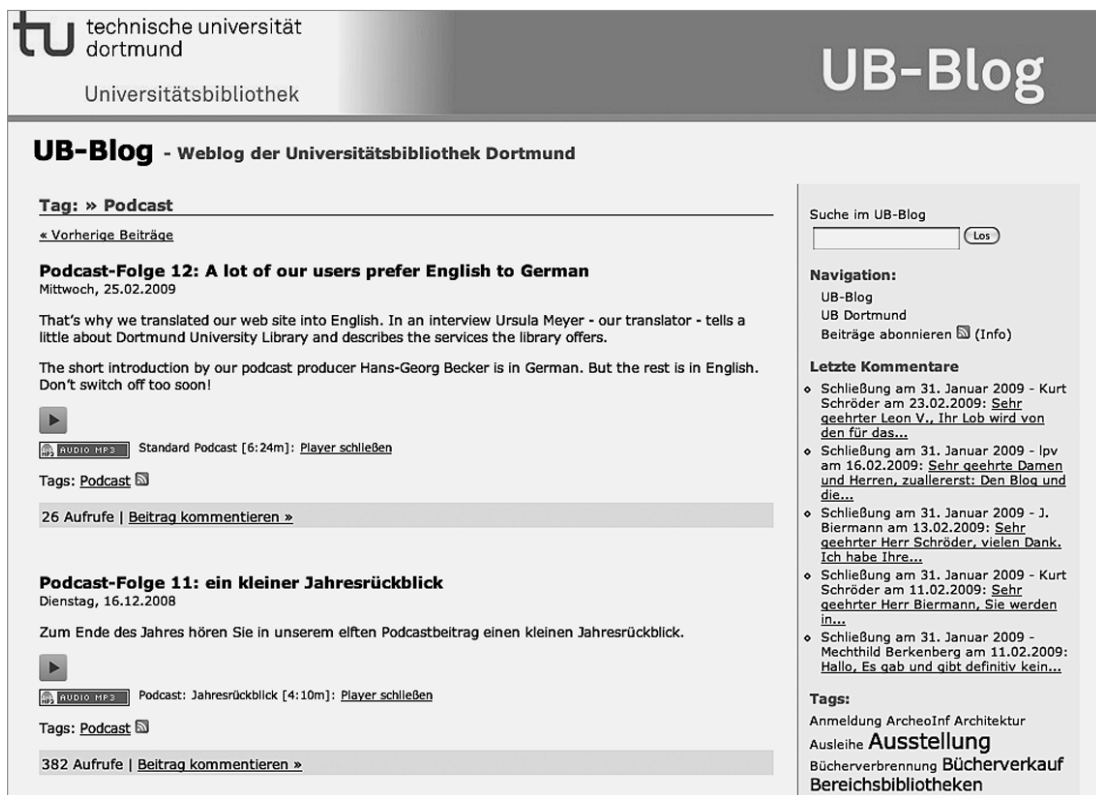


Abb. 5: Screenshot Blog der UB der TU Dortmund (25.02.2009)



Abb. 6: Screenshot der Universitätsbibliothek Freiburg (25.02.2009)

wurden, sind auf der Website und bei iTunes als Audio- und Video-Dateien erhältlich.

Eine Bibliothek mit einem umfangreichen Angebot an Audio- und Videodateien ist die New York Public Library.¹⁷ Neben Mitschnitten von Vorträgen und Lesungen bietet die Bibliothek vor allem Podcasts an, die in ihrer Aufmachung

an die feature-ähnlichen Museumspodcasts erinnern. So werden in kurzen Videos von Kuratoren, Künstlern und Schriftstellern Ausstellungen der Bibliothek vorgestellt.

Die inhaltliche Ausrichtung von Bibliothekspodcasts gestaltet sich folglich genauso vielschichtig wie die der Museumspodcasts. Doch lässt sich

das Ziel, neue Benutzergruppen zu erreichen und nachhaltige Beziehungen aufzubauen, nur dann erreichen, wenn die Inhalte einen Mehrwert für den Rezipienten bieten.

Ausblick

Dass Audio- und Video-Podcasts sich zunehmend in unserer Alltagskultur etabliert haben, belegen jüngste Studien zum Mediennutzungsverhalten.¹⁸ Doch welchen Stellenwert Museums- und Bibliothekspodcasts in Zukunft bei ihrem (jungen) Rezipienten haben werden, wird nicht zuletzt davon abhängen, wie kreativ diese Institutionen das Medium einsetzen. Erst künftige Studien, die einen längeren Gebrauch des Mediums berücksichtigen, werden zeigen, ob sich Podcasts als Instrument der Vermittlungsarbeit in Museen und Bibliotheken etablieren können. Ein Podcasteinsatz kann aber nur dann erfolgreich sein, wenn die Institutionen ihren Podcast kontinuierlich produzieren und in verschiedenen Podcastverzeichnissen und auf der Institutionswebsite veröffentlichen. Zu beobachten ist, dass vor allem kleinere Institutionen die Veröffentlichung ihres Podcasts nach wenigen Episoden eingestellt haben. Durchsetzen konnten und werden sich eher professionell erstellte Podcasts (insbesondere Video-Podcasts), die nicht selten von führenden Audioguide-Anbietern und Medienunternehmen konzipiert und produziert werden.

1. Der Beitrag basiert auf Ergebnissen einer Diplomarbeit im Studiengang Museologie an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH).
2. Zu professionellen Anbietern von Podcasts zählen beispielsweise klassische Radiosender, die überwiegend Podcasts bereits produzierter Sendungen anbieten, z. B. Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur (<http://www.dradio.de/podcast/>), BBC Radio World Book Club (<http://www.bbc.co.uk/radio/podcasts/wbc/>).
3. Kommerzielle TV-Sender stellen Video-Podcasts ihrer Sendungen zur Verfügung, z. B. ARD Tagesschau Video-Podcast (<http://www.tagesschau.de/infoservices/podcast/index.html>) oder DasErste Druckfrisch (<http://www.daserste.de/druckfrisch/podcast.asp>).
4. Im deutschsprachigen Raum bieten u. a. folgende Kunstmuseen und Ausstellungshallen Podcasts an: Bank Austria Kunstforum Wien (<http://www.bankaustria-kunstforum.at/de/podcasts>), Hamburger Kunsthalle (<http://www.hoerwerft.de/podcast/kunsthalle/index.html>), Museum für Konkrete Kunst Ingolstadt (http://www.mkk-ingolstadt.de/content/html_files/podcast.php), Museum Ludwig Köln (<http://www.museenkoeln.de/museum-ludwig/default.asp?s=712>), MUMOK, Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien (<http://www.mumok.at/online-resources/podcast?type=%252529>), Neue Nationalgalerie Berlin (<http://www.metinberlin.org/de/specials/index.php?cat=2>), Staatliche Museen zu Berlin (<http://kultdeskuenstlers.podspot.de/rss+all>), Staatsgalerie Stuttgart (http://podcast.feedarea.de/podcast76917_Staatsgalerie_Stuttgart_Pop_Art_Portraits.html).
5. Hierzu auch: Maculan, Lena: Researching podcasting in museums. Can new broadcasting models of publication make art more accessible?, Juni 2008, <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/4015/1/2008maculanLphd.pdf>, S. 154 ff.
6. MUMOK Podcast: <http://www.mumok.at/online-resources/podcast?type=%252529>.
7. SFMOMA Artcast: <http://www.sfmoma.org/pages/audios>.
8. 2006 wurde der SFMOMA ArtCast vom „Media and Technology Committee“ der American Association of Museums und 2007 im Rahmen der „Museum and the Web Conference“ ausgezeichnet.
9. Zu den ersten Kunstmuseen mit Podcastangebot zählten das Museum of Modern Art/New York, The Metropolitan Museum of Art/New York, Hammer Museum/Los Angeles, Victoria and Albert Museum/London und das de Young Museum/San Francisco.
10. Enhanced Podcasts, wie auch Video-Podcasts, lassen sich aber nur mithilfe des Podcatchers iTunes und auf einem iPod abspielen.
11. „Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“ (Brecht, Bertolt, *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks [1932]*. In: Pias, Klaus u. a. (Hrsg.), *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, 5. Aufl., Stuttgart 2004, S. 260.)
12. TateShots: <http://www.tate.org.uk/tateshots/issue17802/default.htm>.
13. Nur einige Beispiele für dieses Museumspodcastformat seien angeführt: Dulwich Picture Gallery London (http://www.dulwichpicturegallery.org.uk/the_gallery/podcasts.aspx), Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Washington, DC (<http://hirshhorn.si.edu/educate/list.asp?key=56>), The Museum of Contemporary Art, Los Angeles (<http://www.moca.org/audio/>), Philadelphia Museum of Art, (<http://www.philamuseum.org/podcast/>), Tate (<http://www.tate.org.uk/onlineevents/podcast/>).
14. Beispiele für Musikpodcasts: Isabella Stewart Gardner Museum, Boston (<http://www.gardnermuseum.org/music/podcast/theconcert.asp>) und Blanton Museum of Art/The University of Texas at Austin (<http://blantonmuseum.org/interact/podcasts.cfm>).
15. Podcast UB Dortmund: <http://www.ub.uni-dortmund.de/ubblog/tag/podcast>.
16. Podcast „550 Jahre Albert-Ludwigs-Universität Freiburg 1457–2007“: <http://www3.ub.uni-freiburg.de/index.php?id=1928>.

17. Podcast New York Public Library: <http://www.nypl.org/audiovideo/index.cfm>.
18. Z. B.: van Eimeren, Birgit und Beate Frees, *Internet-Verbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern*. In: *Media Perspektiven* (2008), 7, S. 337.

Literaturhinweise

Dance, Katie und Stephanie Pau, *Vodcasting: 5 Easy Steps To Film An Interview And Get It On-line In A Day!* In: Trant, Jennifer und David Bearman (Hrsg.), *Museums and the Web 2007: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics, 31.03.2007, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/dance/dance.html> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Dickson, Ken, *Podcasting 101*. In: Trant, Jennifer und David Bearman (Hrsg.), *Museums and the Web 2006: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics, 01.03.2006, <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/dickson/dickson.html> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Diemand, Vanessa u. a. (Hrsg.), *Weblogs, Podcasting und Videojournalismus – Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen*, Hannover 2007.

Maculan, Lena, *Researching podcasting in museums. Can new broadcasting models of publication make art more accessible?*, Juni 2008, <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/4015/1/2008maculanLphd.pdf> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Mangold, Michael u. a. (Hrsg.), *Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung*, Baden-Baden 2007.

Samis, Peter und Stephanie Pau, „Artcasting“ at SFMOMA: *First-Year Lessons, Future Challenges for Museum Podcasters broad audience of use*. In: Trant, Jennifer und David Bearman (Hrsg.), *Museums and the Web 2006: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics, 01.03.2006, <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/samis/samis.html> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Schallert, Claudia, *Von Artcast bis Weblog: ein Erfahrungsbericht aus den USA. Aktuelle Projekte des SFMoMA und Walker Art Center und Meinungen führender ExpertInnen*. In: *Museums and the Internet 2006, Beiträge*, Mai 2006, <http://www.mai-tagung.de/maitagung+2006/schallertartcast.pdf> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Wicke, Constanze, *Praxisleitfaden zur Produktion und Implementierung eines Museumspodcasts*. In: *Museums and the Internet 2008, Beiträge*, Mai 2008, <http://www.mai-tagung.de/maitagung+2008/mai2008wickeword.pdf> [letzter Zugriff: 10.02.2009].

Wicke, Constanze, *Das Museum als Sender. Podcasting als neue Form musealer Kommunikation*, Saarbrücken 2008.



Der Bibliothekseinrichter

Wir richten Bibliotheken ein

– auch Museumsbibliotheken



SCHULZ BIBLIOTHEKSTECHNIK GMBH
 Postfach 1780, D-67327 Speyer
 Telefon 0 62 32/31 81 81
 Telefax 0 62 32/4 01 71