

3 Interviews und Fallbeispiele

Die folgenden exemplarisch ausgewählten Interviews führen in Bundesländer, in denen bei den Museen laut Recherche gemeinsame Merkmale vorlagen: Sei es die Anwendung von Biparcours in vielen Museen Nordrhein-Westfalens oder die „Beratung zu digitalen Strategien“ an den Museen in Bayern; beides wies darauf hin, dass hier die Bundesländer die Museen in ihrem digitalen Wandel unterstützen. Darüber hinaus fiel die Wahl auf Museen, deren mobile digitale Produkte auch auf ein gemeinsames Sondermerkmal hinwiesen: Sie wurden von Teilnehmer*innen des FSJ Kultur, von Student*innen oder von Schüler*innen konzipiert (Werne, Lübeck, Biberach). Zusätzlich zu diesen kleinen bis mittleren Museen wurde mit der Klassik Stiftung Weimar noch eine große Einrichtung gewählt, die in der Ausarbeitung digitaler Angebote für Bildung und Vermittlung bereits bekannt ist und in 2019 mit der Werbung für die App „Bauhaus+“ im Kontext des Jubiläumsprogramms „100 Jahre bauhaus“ hervortrat. Alle Interviews liefern einen exemplarischen Einblick, mit welcher unterschiedlichen Konzepten und Methoden Apps im Sinne eines mobilen Bildungs- und Vermittlungsmediums eingesetzt werden.

Andere Museen wie beispielsweise das Museum Kunst und Gewerbe in Hamburg, das Städel Museum in Frankfurt oder das Museum Barberini in Potsdam sind entsprechend ihrer digitalen Strategie im Web und in den Social Media mit vielen digitalen Produkten und Ausführungen zu finden, und werden entsprechend in Publikationen berücksichtigt. Daher erübrigte ihre bekannte wie exponierte Position weitere Interviews. Spannend wäre es gewesen, die insbesondere erst in diesem Jahr in der *Z-Gruppe* vertretenen Museen zu befragen, wie beispielsweise das Landesmuseum Karlsruhe mit dem innovativen Ansatz, den virtuellen Raum mit realen, attraktiven Objekten zu verknüpfen und das Museum als eine Expothek zu öffnen und zu erweitern <https://www.landmuseum.de/expothek>. Ebenso erwähnenswert ist das insbesondere in naturkundlichen Museen vertretene Format der Citizen Science: Die bürgerwissenschaftlichen Ansätze nutzen die Apps als Bildungs- und Forschungsmedium bei der Erfassung bedrohter Insektenarten oder in der Nachhaltigkeitsforschung generell (s. dazu Karlsruhe oder Berlin) <https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/pressemitteilungen/die-citizen-science-community-deutschland-formiert-sich>

Der Leitfaden für die telefonischen Interviews konzentrierte sich auf fünf vergleichende Aspekte. Neben den Fragen zum Einsatz des digitalen Mediums berührte er auch die Frage nach der digitalen Strategie, um den Stellenwert von Apps besser ausloten zu können. Alle Interviews sowie die Fallbeispiele wurden anschließend von den Interviewpartner*innen autorisiert.

Zu den sechs Interviews sind zudem drei Fallbeispiele aufgenommen worden. Zwei Fallbeispiele konzentrieren sich vorrangig auf rezente Fragen der Museumsdiskussion: den konstruktiven Umgang mit gesellschaftlicher Diversität, der sozialen und kulturellen Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen. Werden hierzu auch mobile, digitale Bildungs- und Vermittlungsangebote zur Förderung des interkulturellen Austauschs und Dialogs eingesetzt? Bilden sie eine Hilfe, um das Recht auf Inklusion im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention einzulösen, die Deutschland mitunterzeichnet hat?

Erfreulich oft sind bei der Web-Recherche auf den Homepages Initiativen zu finden, die sich insbesondere der Inklusion von Menschen mit Behinderung widmen und vor Ort Angebote entwickeln, die explizit aufgeführt werden. In ihrer Arbeit unterstützt werden sie durch Expertenvorträge auf Tagungen sowie Anregungen von Arbeitskreisen und Fachgruppen, die beispielsweise im Deutschen Museumsbund und im Bundesverband Museumspädagogik tätig sind und deren Ergebnisse sich in Handreichungen manifestieren: <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/dmb-barrierefreiheit-digital-160728.pdf>.

Im Vergleich dazu lassen sich bei der Web-Recherche deutlich weniger Ansätze des interkulturellen Austauschs finden. Es ist zwar bekannt, und dafür sprechen beispielsweise die Aktivitäten des Arbeitskreises Migration des Deutschen Museumsbundes mit dem Leitfaden: „Museen, Migration und kulturelle Vielfalt. Handreichungen für die Museumsarbeit“

<https://www.museumbund.de/fachgruppen-und-arbeitskreise/arbeitskreis-migration/>, dass dazu in einigen Häusern Programme und Ausstellungen existieren (Speidel/ Dauschek. 2012), doch ist dazu wenig auf der Homepage zu sehen, und noch weniger eine mobile, digitale Anwendung. Wären sie nicht eine hilfreiche Unterstützung? Mit einem weiteren Fallbeispiel soll schließlich ein Blick in die Werkstatt des Projekts „Museum4punkt0“ gewährt werden, das Konzepte der digitalen Vermittlung erprobt, die nach Abschluss des Projektes allen Museen zur Verfügung stehen; hier wird die App „Mein Objekt“ vorgestellt.

3.1 Interviews

3.1.1 Europäisches Hansemuseum Lübeck

Europäisches Hansemuseum

Leitung Abteilung Bildung und Vermittlung

Sören Affeldt

Interview am 8.10.2019

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Die digitale Strategie befindet sich in unserem Hause eher in den Anfängen, das ist auch eine Frage der Kapazitäten und vielleicht auch eine Frage des Bewusstseins für die Dringlichkeit; in der Kommunikation /Vermittlung sind wir aber offen für alle digitale Formate, für Social Media usw.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Wir bezahlen eine Nutzungsgebühr für Actionbound, die sich aus den laufenden Mitteln bestreiten lässt (seit 2017 ca. 2000 Nutzenanwendungen), das waren bisher durchschnittlich 500 € im Jahr.

Nutzerstatistik vorhanden?

Nota bene: Bei Nutzung der App Actionbound und entsprechender Nutzungsgebühr.

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Bisher durchaus positiv, insbesondere mit Blick auf die Motivation, es ist ja vor allem für Jugendliche und für Familien eine attraktive Möglichkeit, sich spielerisch in Form von Rallyes oder Quizfragen die Ausstellung sowie deren Inhalte zu erschließen. Neben dem Bound „Spurensuche Hanse“, von FSJlern in unserem Hause (2016/2017) entwickelt, sind wir deshalb dabei, auch für Berufsschulen Actionbound als Plattform zur neuen digitalen Vermittlung zu nutzen. Hier müssen die Jugendlichen zum Lernen ihr Smartphone nicht weglegen oder sogar wegsperren, sie können es nutzen, schon allein das ist für viele attraktiv (the medium helps the message, gewissermaßen)

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Die Zukunft, insbesondere an unserem Haus, wird in der Vermittlung und Information digital vielgestaltig sein. Nach wie vor werden wir vorhandene Apps wie Actionbound nutzen; z.B. denken wir über die Nutzung von Kahoot nach, einer App, die eine Gruppe in Quizspielen auf ihren Smartphones zusammenführt, die sie selbst entwickelt haben. Zur attraktiven Erschließung unserer Ausstellungen sehen wir weiterhin einen Medienguide vor, ebenso eine responsive Website, die zur Vor- und Nachbereitung oder während des Besuchs genutzt werden kann, der Vorteil ist, dass Besucherinnen und Besucher hierfür keine Ladekapazitäten benötigen. Derzeit gibt es noch andere digitale Varianten, wenn ich beispielsweise an das Haus der Geschichte in Bonn denke, das mit einem NFC-System, arbeitet welches einen website-basierten Audioguide steuert. Ebenso wenn ich die Möglichkeiten in Betracht ziehe, die die Digitale Deutsche Bibliothek mit den virtuellen Ausstellungen bietet.

Künftig wird man je nach eigenen Interessen, Zielen, Möglichkeiten auswählen können; auch Hackathon ist in diesem Spektrum zu sehen, das oft nicht eine systematisch-inhaltliche, sondern mehr eine spielerisch-assoziative Erschließung der Digitalisate zum Ziel hat.

Sammlungs- und Museumsprofil*

„In der Dauerausstellung entsteht im Zusammenspiel von beeindruckenden Rauminszenierungen, Kabinetten mit Originalobjekten und interaktiven Angeboten ein faszinierendes Bild von der Welt der Hanse. Ihre Auswirkungen reichen bis in unsere Gegenwart! Begeben Sie sich auf eine emotionale Reise durch 800 Jahre Hansegeschichte. Das Museum bietet Ihnen einen Rundgang nach Maß an. Auf Ihrem Ticket können Sie Sprache, Stadt und Interessensgebiet wählen. Das eröffnet Ihnen einen ganz persönlichen Einblick in die Hanse. Eine neu erschlossene archäologische Grabungsstätte gibt Auskunft über die früheste Besiedlung Lübecks. Zusammen mit dem aufwendig restaurierten Burghof präsentiert das Hansemuseum Ihnen herausragende, neue Aspekte der Stadtentwicklungs- und Kulturgeschichte.“

Bildungsaufgabe und- projekte*

Die regen Sonderausstellungstätigkeiten des Hansemuseums gehen einher mit der Entwicklung von spezifisch darauf abgestimmten Bildungsprojekten. Für die Dauerausstellung ist zu lesen: „Das Europäische Hansemuseum versteht sich als bildungsorientierte Einrichtung, die es allen Menschen ermöglichen möchte, die Hanse und ihre Zeit zu erleben. Das einzigartige Konzept mit begehbaren Dioramen und Kabinetten mit Originalen aus ganz Europa sowie faksimilierten Urkunden ermöglicht einen emotionalen und zugleich wissenschaftlich fundierten Zugang zum Thema.“

*Informationen auf der Homepage

3.1.2 Stadtmuseum Werne

Stadtmuseum Werne
Direktorin des Museums
Dr. Constanze Döhrer
Interview am 11.10.2019

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Als Hintergrund ist wichtig zu wissen, dass sich im Haus mit seinen Ausstellungen seit den 1980er Jahren wenig geändert hat, und mit der neuen Leitung ein umfassender Relaunch geplant ist. Die Ausstellung war, bedingt durch das damals vorherrschende Verständnis, stark textlastig. Das soll peu à peu geändert werden. Die Neuplanung erfolgt im regen Austausch mit Bürgerworkshops. Von dort kam ebenfalls das Feedback, mit Texten und Informationen die Ausstellungen nicht zu überfrachten. Solche Infos sollten besser für Apps aufbereitet werden, in Ausstellungen stattdessen mehr Spielerisches in fest installierten Medien. Zur Digitalisierung der Sammlung fehlt es an technischer Ausrüstung sowie an den räumlichen Arbeitsbedingungen, was schade ist, denn ehrenamtliches Engagement gäbe es genug.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Mittel für die Neuausrichtung der Ausstellungen sowie der Medien werden nach und nach für das Museum als kommunale Einrichtung projektgebunden zur Verfügung gestellt. Ein besonderer Glücksfall ist, dass ein Kulturausschussmitglied auch Professor für Medieninformatik ist, der im Rahmen von Abschlussarbeiten das Museum in der Entwicklung seiner digitalen Angebote unterstützt. So wurde das bereits im Museum stationär vorhandene computergestützte Spiel „Werne im Mittelalter“ im Rahmen einer Bachelor-Arbeit für eine App „umgestrickt“, aktualisiert, und für einen Rundgang konfiguriert. Ebenso werden gelegentlich Audioguides für Sonderausstellungen entwickelt. Durch das Förderprojekt „Stadtgefährten“ der Kulturstiftung des Bundes können ebenfalls neue kommunikative Formate entwickelt werden.

Nutzerstatistik vorhanden?

Dafür ist die App noch zu neu; ist erst seit Sommer dieses Jahres im Angebot. Sie muss noch mehr beworben werden, so der Eindruck.

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Mit Biparcours konnten zur Entwicklung eines Bounds Schüler der Sekundarstufe motiviert und aktiviert werden, eine Zielgruppe, die insbesondere mit diesem Medium gewonnen werden konnte und sonst nicht so stark im Museum vertreten ist im Vergleich zu Grundschulklassen. Schade ist, dass nur Schulklassen aus lizenzrechtlichen Gründen Biparcours verwenden können. Darüber hinaus werden zurzeit sehr gute Erfahrungen bei einem Stadt-Museums-Projekt gesammelt. Dabei handelt es sich um eine aktualisierte Stadtführungs-App mit einer neuen Version für Android-Systeme, die erstmals gemeinsam mit der Kommune konzipiert werden konnte, um jeweilig zwischen Stadt und Museum Referenzen und Transfers zu erzeugen

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Im Zuge der Ausstellungsplanung werden Apps mit eingebaut, sie werden als Ergänzung zur Dauerausstellung betrachtet, mit Zeitzeugenberichten und anderen lokalen Geschichten, die sich ideal mit diesem Medium transportieren lassen. Sie stellen einen Zusatzservice dar, der fast schon erwartet wird, wenn er auch noch wenig in Anspruch genommen wird; aber das wird sich vielleicht ändern, sobald digital natives bei den Museumsgästen dominieren. Die personale Vermittlung, die persönliche Begegnung wird es nicht ersetzen, es ist ein weiteres Vermittlungsformat.

Museums- und Sammlungsprofil*

„Die Dauerausstellung zeigt auf drei Ebenen die Geschichte der Stadt Werne. Von den Werkzeugen steinzeitlicher Jäger und Sammler über das frühneuzeitliche Bürgerbuch der Stadt, Werneraner Münzen und Ratshumpen bis hin zum Spaten, mit dem der Anstich zum Kohlebergwerk erfolgte: die Ausstellung zeigt die kontinuierliche Bedeutung Wernes und seine Entwicklung im Wandel der Zeit. Bemerkenswert sind die zahlreichen prähistorischen Funde, das seidene Priestergewand aus dem 13./14. Jahrhundert, der außergewöhnliche Bestand an frühneuzeitlichen Schriftstücken und Gegenständen sowie Geräte und Textilien aus der Zeit um die Jahrhundertwende.“

Bildungsaufgabe und -projekte*

Die partizipative Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern für den Relaunch realisiert das Museum im Rahmen des „Stadtgefährten“-Programm der Kulturstiftung des Bundes, der dafür einen antrags-offenen Fonds eingerichtet hat. „Ziel der Förderung ist es, der Stadtbewohnerschaft eine größere Identifikation mit »ihrem« Museum zu ermöglichen sowie das Museum zu einer stärkeren Berücksichtigung gegenwartsbezogener Themen aus der Stadt zu animieren. [...] Der Fonds richtet sich an die Stadt-, Orts- und Regionalmuseen in kleineren bis mittelgroßen Städten und kommunalen Gebietskörperschaften.“

Über das geförderte Projekt des Museums „Werne up’n Patt“ sind folgende Informationen auf der Homepage der Stiftung zu lesen: „Das Stadtmuseum nimmt aktuelle Themen der Verkehrsentwicklung in Werne zum Anlass, um sich für partizipative Formate zu öffnen und sich als Diskussionsort für Stadtthemen zu etablieren. Gemeinsam mit verschiedenen Projektpartnern fragt das Museum, wie sich Mobilität verändert: Wie wirkt sich der Verkehr von Personen und Waren auf die Stadt aus? Wie viel Zeit, wie viel Geld kostet es, mobil zu sein? Was kann die Stadt tun, um Mobilität und Lebensqualität sicherzustellen? Neben Ausstellungen im Museum und in innenstädtischen Leerständen sind zahlreiche Vorträge, Workshops und Aktionen geplant, in denen Informationen ausgetauscht und Ideen diskutiert werden können. So sollen die Bewohner/innen beispielsweise über digitale Mobilitätslogger ihre Wege durch die Stadt aufzeichnen können oder eine Lärmkarte per App erstellen. Auch das Museum will in seinen Ausstellungen verstärkt auf digitale Techniken zurückgreifen, die die Besucher zur Interaktion einladen. Um sich stärker zu vernetzen und das Museum als zentrale Platt-

form für den Austausch über die Stadt zu etablieren, bietet das Museum künftig verschiedenen Akteuren die Möglichkeit, seine Räumlichkeiten für Veranstaltungen nutzen.“

https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/bild_und_raum/detail/werne_und_patt_unterwegs_zwischen_gestern_und_morgen.html

* Homepage-Informationen

3.1.3 Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen Bayern

Dr. Christian Gries

Projektkoordination „Digitale Strategien für Museen“

Wiltrud Gerstner „Digitale Produkte für Museen – fabulAPP“

Interview am 17.10.2019*

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Bei der Beratung der Museen gilt grundsätzlich: Zunächst sollte die digitale Strategie (und die mögliche Aufgabe der App) in einem Haus geklärt sein. Ob eine App innerhalb eines Gesamtvermittlungskonzepts eine notwendige und sinnvolle Funktion bekommt, hängt von vielen individuellen Gegebenheiten ab: Mitunter, je nach Museum, ist eine App gar nicht sinnvoll, doch durchaus können Social Media Kanäle auch zur Vermittlung genutzt werden. Ein kleines Museum, ehrenamtlich geführt mit personalen Vermittlungsangeboten, ist auf eine App z.B. gar nicht angewiesen. Apps würde ich im Rahmen einer digitalen Gesamtstrategie nicht vorrangig, sondern eher nachgeordnet (und in einem klaren Fokus auf eine Zielgruppe) behandeln. Sie werden vielfach in ihrem praktischen Einsatz mit Multimedia Guides oder Audioguides gleichgesetzt.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Die Projektkoordination „Digitale Strategien für Museen“ ist ein vom Land für fünf Jahre gefördertes Projekt und ebenso der fabulAPP - CMS-Baukasten zur Ausarbeitung einer mobilen Präsentation digitaler Inhalte. Die Museen nutzen zur Öffnung ihrer Häuser für den digitalen Raum auch Fördermittel; am besten wäre es allerdings, es wären keine projektgeförderten Maßnahmen, sondern verstetigte Mittel, denn der digitale Wandel mit den sich rasant weiter entwickelnden Technologien ist als eine Daueraufgabe zu betrachten, insbesondere für eine Beratungsstelle mit 1.300 Museen.

Nutzerstatistik vorhanden?

Generell liegen für digitale Angebote und Austauschformen eher selten Statistiken vor; das wäre datentechnisch zwar machbar, stellt sich in vielen Häusern (auch aus Gründen komplexerer datenschutzrelevanter Positionen) als zu komplex dar. Zudem fehlen in den Häusern meist die Ressourcen und Kompetenzen, die Statistiken zu interpretieren. Für Apps insbesondere gilt, dass sie nicht nur in Appstores angeboten werden sollten, sondern aktiv und attraktiv beworben werden müssen, und im Idealfall im Museum rückgebunden sind, etwa in analogen Führungen, wie es beispielsweise das NS-Dokumentationszentrum praktiziert. Hier sind durchaus respektable Downloads zu vermelden. Oft ist ein circulus vitiosus zu beobachten: Die App wird nicht beworben, folglich sind zu wenig Downloads zu vermelden, die wiederum zur Annahme führen, eine App lohne sich nicht.

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Eigentlich sind einige gute Beispiele zu nennen: Sehr erfolgreich war #ConstructKlee <https://www.dieproduktmacher.com/blog/construct-klee-kunst-fuer-die-digitale-aera>, hier wurde ein raffinierter Pfad in der Verknüpfung von digitalen Raum und Ausstellungsraum beschritten, mit unterschiedlichen User aktivierenden Tools, die eine produktive und kreative Auseinandersetzung zur Erschließung der Kompositionsprinzipien von Klees Werk ermöglichten. Melden sonst Museen

ungefähr vier bis fünf Prozent bei Downloads, lag für diese Sonderausstellung nahezu die doppelte Downloadzahl vor. Unter Vermittlungsgesichtspunkten ist zudem die App des Kunsthistorischen Museums in Wien erwähnenswert, die verschiedene Storytelling-Tour-Alternativen zur freien Auswahl bietet die je nach Interesse und Zeit gewählt werden können. Vor allem beispielhaft ist die App des Museums Barberini in Potsdam zu nennen. Die Kunsthalle Mannheim wählte einen ebenso interessanten Weg, da im Kontext der digitalen Strategie die App eine zentrale Rolle bekam. Sie funktioniert als Schnittstelle zur Online-Sammlung. Hier können Besucherinnen und Besucher quasi kuratorisch tätig werden, mit der App ihre Lieblingsstücke während der Tour markieren und später ausdrucken oder für ihren Besuch einen Verlaufsplan erstellen lassen usw. Insgesamt sind es Beispiele, die aus verschiedener Perspektive den Mehrwert von Apps dann hervortreten lassen, wenn sie das Ergebnis einer digitalen Strategie und/oder eines konzeptionell durchdachten Vermittlungseinsatzes darstellen. Sollbruchstellen existieren, wenn eine App quasi für eine Zielgruppe „alle“ konzipiert wird, also die Frage des Inhalts, seiner Aufbereitung für ein bestimmtes Storytelling, für bestimmte Gruppen nicht durchdacht ist. Ebenso wird es kritisch, wenn die Konzeption der App eher an einen Fachkatalog erinnert mit viel zu vielen Inhalten, die quasi die Ausstellung ergänzend vertiefen.

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Das hängt von den jeweiligen Häusern, der (auch technisch und finanziell) nachhaltigen Planung der Anwendungen und deren Erfordernissen für Marketing und Vermittlung ab, denn es gibt inzwischen verschiedene Alternativen: Es lassen sich native Apps ebenso vorstellen wie browserbasierte, sog. progressive Web-Apps, die wiederum als Mikro-Website, also eine reduzierte Website mit Gaming- und Storytelling-Elementen konzipiert sein können oder elaboriert ausgeführt mit partizipativen Elementen. Ebenso sind Digitorials denkbar. Zu beachten sind einige Hürden, die bedacht sein müssen, nicht nur technischer Art, dadurch, dass viele Museen in historischen Bauten über kein WLAN verfügen, sondern auch Hürden durch den Aufwand Apps downzuloaden. Für manche Häuser lohnt es sich vielleicht eher, kleine RFID-Sender einzubauen oder mit bekannten Konzepten wie mit QR-Codes zu arbeiten, statt mit einer aufwändig zu installierenden Beacon-Technologie usw. Vermutlich werden progressive Web-Apps künftig attraktiver werden, aber es sind auch Kanäle bzw. Systeme denkbar, die Besucherinnen und Besuchern vertraut sind, einen eher niederschweligen bzw. bekannten Zugang bieten, seien es die klassische Nummerneingabe, das Scannen von QR-Codes oder der Messenger-Dienst WhatsApp. Darauf ist sicher auch der Erfolg des preisgekrönten „Ich, Eisner“-Messenger-Projekts zurückzuführen, das 2019 zu seinem 100. Todestag öffentlichkeitswirksam vertrieben wurde. <https://www.br.de/extra/themen-highlights/kurt-eisner-revolution-bayern-whatsapp-100.html>

Es sind also insgesamt verschiedene mobile Anwendungen denkbar, die Frage der Wahl ist vor allem eine Frage des Konzepts mit der Frage nach dem Mehrwert, den Finanzen, der personellen Ausstattung usw. Für Bayern wird gerade umgesetzt, was es in ähnlicher Form in Baden-Württemberg schon gibt, nämlich eine Museumsführer-App über die Museen des Landes, also ein digitaler und mobiler Führer, der im benachbarten Bundesland seit Februar 2019 zur Verfügung steht: <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/museumsfuehrer-app-fuer-baden-wuerttemberg/>

* Im Interview sind hauptsächlich die Ausführungen von Dr. Christian Gries wiedergegeben, das Interview mit Wiltrud Gerstner konzentrierte sich mehr auf digitale Anwendungen und fabulAPP, ein Produkt des Projektes „Digitale Strategien für Museen“, das unter „Bildungsaufgabe und -projekte“ vorgestellt wird.

Aufgabe der Landesstelle**

„Die Landesstelle für nichtstaatliche Museen ist eine Einrichtung des Landes, die als Beratungs- und Förderungsstelle für ca. 1300 bayerische Museen in nicht-staatlicher Trägerschaft fungiert. Dies umfasst beispielsweise Expertise und Unterstützung für alle Museumstypen in Fragen der Museumseinrichtung und -gestaltung, der Inventarisierung, der Konservierung und Restaurierung, der Bildung

und Vermittlung, der Provenienzforschung sowie weiteren museumsspezifischen Aufgaben. Zur Entwicklung digitaler Strategien hat „die Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern [...] im September 2015 ein Projekt initiiert, das über einen Zeitraum von fünf Jahren die Aufstellung und Performance der bayerischen Museen im Netz analysiert und begleitet. Im Fokus des Projekts steht die Entwicklung „digitaler Strategien“ in den Gedächtniseinrichtungen und der Einsatz digitaler Medien bei Kommunikation und Vermittlung in Sammlungen bzw. Ausstellungen. Das Projekt untersucht Voraussetzungen, Ziele, Plattformen und Instrumente, Nutzendimensionen, Erfolgskriterien, aber auch empfohlene Ressourcen und Kompetenzen der Digitalisierung und entwickelt Konzepte und Instrumente vor allem in den Bereichen Dokumentation, Kommunikation und Vermittlung.“

**** Homepage-Informationen**

Bildungsaufgabe und- projekte***

Bei fabulAPP handelt es sich um ein CMS-basiertes Baukastensystem für digitales Storytelling im Museum. <https://fabulapp.de>. Die flexible, modulare Umsetzung der Inhalte für mobile Anwendung setzt Fortbildungsmaßnahmen der Museumskollegen vor Ort voraus, derzeit werden mehr als 100 Mitarbeiter*innen von über 60 Museen geschult. Dabei handelt es sich in der Regel um kleinere und mittelgroße Museen, die sich trotz geringem Budget für Multimedia-Anwendungen in ihrem Haus interessieren. Das Schulungsprogramm ist modular aufgebaut: Im ersten Modul werden die Interessenten aus den Museen über Grundlagen und Voraussetzungsbedingungen, die mögliche Umsetzung und den Betrieb digitaler Anwendungen generell fortgebildet. Auf Basis der vermittelten Inhalte können die teilnehmenden Museen fundiert entscheiden, ob sie fabulAPP anwenden wollen, oder nicht. Ein Großteil der Interessenten meldet sich für das zweite Modul, in dem die Arbeit mit dem Content-Management-System (CMS) vermittelt wird. Nach der Ausarbeitung eines Konzepts respektive Drehbuchs und der Umsetzung der Anwendungen in den Häusern ist wiederum die Landesstelle für Hosting, Support und Migration zuständig, das bedeutet ebenso, dass sich die beteiligten Museen nicht um aufwändige Update-Belange kümmern müssen, Nachhaltigkeitsfragen ihrer entwickelten mobilen Anwendung gelöst sind.

Die Entwicklung einer App durch die Mitarbeit der teilnehmenden Häuser selbst ist iterativ aufgebaut. Erste Konzepte für ein Drehbuch werden mit der Landesstelle im Blick auf ihre Implementierung überarbeitet. Oft offenbart sich in dieser Phase ein Mangel an Kenntnissen über ein vermittlungsstrategisches Konzept: Für wen ist die App geplant (Zielgruppe), welche Funktion soll sie im Rahmen des Informations- und Vermittlungskonzepts des Museum / der Ausstellung erfüllen (Kommunikationsstrategie), liegt eine nutzerfreundliche Informationsarchitektur vor, ist die Anwendung intuitiv verständlich, für den Gebrauch motivierend oder eher abschreckend usw.? In der konkreten Ausarbeitung entwickelt sich erst eine „Wahrnehmungsschärfung“, ein „App-Bewusstsein“, um beispielsweise Fehler zu vermeiden, die in der Ausarbeitung eines Fachkatalogs und ähnlichen liegen, wozu sich manche bei diesem Medium verführen lassen.

Das Baukasten-Konzept von fabulAPP sieht hingegen vor, Nutzerinnen einen attraktiven Guide zur Verfügung zu stellen, der bei Bedarf auch Gaming- oder E-Learning-Elemente tragen kann. Fortbildungen zu digitalen Angeboten mit Link- und Lektüretipps sind zudem auf der Homepage abrufbar. Erste Umsetzungen erfolgten beispielsweise bei der Landesausstellung „Bier in Bayern“ sowie an anderen Museen, die, wie beispielsweise für das „Schichtwerk Gilching“ <https://fabulapp.de/de/projekte/schichtwerk-gilching> auf der Homepage zu finden sind.

Das flexible, modulare System wird nach und nach weiter ausgebaut: Je nach individuellen Forderungen werden Lösungen entwickelt, und diese wiederum als „Baustein“ in das Baukastensystem für digitales Storytelling integriert. Das Projekt wird von der Bayerischen Stadtparkassenstiftung finanziell unterstützt.

***** Interview Wiltrud Gerstner**

3.1.4 LVR-Industriemuseum Oberhausen

LVR-Industriemuseum
Direktor des LVR-Industriemuseums
Dr. Walter Hauser
Interview am 10.10.2019

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Die Museen des Landschaftsverbands Rheinland (LVR) starten gerade mit einer umfassenden digitalen Strategie: Sie rüsten um von FAUST auf DigiCULT, fachlich unterstützt vom Zentrum für Medien und Bildung (ZMB), dem ebenfalls von LVR getragenen Bildungs- und Mediendienstleister in Nordrhein-Westfalen. Mit der Software, die viele Museen und Museumsverbände nutzen, besteht die Möglichkeit, web- und browserbasiert zu arbeiten, die digitalisierten Dokumente und Objekte durch das LIDO-Format mit weiteren Webportalen zu verknüpfen (Open Source Datenbank, Ziel auch European), sie für die Forschung genauso zu nutzen wie für die Publikation oder Vermittlung, beispielsweise in einer Web-App.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Hierbei handelt es sich um ein Volumen, das auf Fördergelder angewiesen ist, hier zahlt der Landschaftsverband in einem eigenen IT-Projekt die Umstellung, regulär ist im LVR-Industriemuseum vor einigen Jahren durch Umwidmung eine wissenschaftliche Fachkraft für Digitalisierungsprojekte („Digitales Kulturerbe“) eingerichtet worden. Zudem wird durch das ZMB die Digitalisierung von Fotos mit Hilfe hochauflösender Scans zu Verfügung gestellt.

Nutzerstatistik vorhanden?

Mit der Umstellung auf digiCULT und der Entwicklung einer progressiven Web-App soll der Schritt noch weitergehen, indem mehr Feedbacks und partizipative Elemente integriert werden,

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Bisher wird Biparcours genutzt, eine Variante der Actionbound- App, die die Bildungspartner NRW, eine Abteilung des ZMB, zur Verfügung stellt (Anmerkung Anette Noschka-Roos: Mehr als 1.300 Schulen und über 400 außerschulische Einrichtungen sind bereits bei Bildungspartner NRW, sie können für Vernetzung und Kooperation digitale Plattformen und Werkzeuge nutzen und werden in der Entwicklung von Anwendungen unterstützt). Biparcours kann mit der Auflage verwendet werden, Schulen und außerschulische Einrichtungen für gemeinsame Bildungsprojekte zu vernetzen (nur im Kontext des Gebrauchs mit Schulklassen lizenziert!). Für die jüngste Sonderausstellung zum Thema Energie kam Biparcours mit positiven Erfahrungen zum Einsatz. Des Weiteren wurde mit Pausiano für die St. Antony-Hütte eine VR-App entwickelt (aus eigenen Mitteln mit überschaubarem Aufwand, Unterstützung dafür leicht zu begeisternder Fördervereine und im Rahmen einer Masterarbeit <https://pausanio.com/projekt/antony/>), die ehemalige Gebäude des Geländes wiedergibt, um eine Vorstellung von der Hütte zu unterstützen. Später wurde die App durch einen Chatbot ergänzt, ein Whatsapp nachempfundenes Dialogsystem, auf das viele Besucherinnen und Besuchern sehr positiv reagierten.

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Geplant ist – aber da muss mit langen Zeiträumen gerechnet werden und neuere Entwicklungen sind in dieser Zeit durchaus denkbar – mit einer progressiven Web-App zu arbeiten, mit allen Optionen/Vorteilen: mobil, smart, barrierefrei, mit Feedback/Kommentar und partizipativen Elementen; sie ist plattformunabhängig, erspart so viel Arbeit gegenüber nativen Apps, ist zudem günstiger, auch in der Wartung. Erst jüngst wurde das Industriemuseum in Oberhausen für einen Relaunch geschlossen, es soll 2022/23 wiedereröffnet werden, auch hierfür ist ein mediales Drehbuch (Open Source

Content Management System) vorgesehen, das neue Wege der mobilen, digitalen Vermittlung integriert.

Museums- und Sammlungsprofil*

„Sieben Schauplätze – ein Museum. Das LVR-Industriemuseum ist ein Verbundmuseum mit dem Ziel, das industriekulturelle Erbe des Rheinlandes zu erforschen, zu bewahren und der Öffentlichkeit zu vermitteln. Am authentischen Ort, in sieben stillgelegten und industriehistorisch repräsentativen Fabriken, steht weniger die Technik im Mittelpunkt des Interesses, sondern die Kultur der Arbeit und das Leben der Menschen in und mit der Industrie. Das Prinzip des dezentralen Verbundes von sieben Museen garantiert eine möglichst große historische und thematische Vielfalt, zeigt die Geschichte der wichtigsten Branchen und der verschiedenen Stufen der industriellen Entwicklung im Rheinland. Neben den Schauplätzen in Oberhausen, Ratingen, Solingen, Bergisch Gladbach, Engelskirchen und Euskirchen unterhält die Zentrale in Oberhausen im Peter-Behrens-Bau das zentrale Sammlungsdepot.“

https://www.lvr.de/de/nav_main/kultur/museen/lvr_industriemuseum/lvr_industriemuseum_1.jsp

Bildungsaufgabe und- projekte*

Die Homepage führt sehr differenziert die Leitlinien an, hier ein Auszug zur kulturellen Teilhabe: „Kulturelle Teilhabe im Museum. Die Dauerausstellungen inklusive Vorführbetrieben und interaktiven Stationen, die Sonderausstellungen sowie das breit gefächerte museumspädagogische Angebot spezifischer Themenführungen, Workshops und Projekten etc. richten sich an alle Gesellschaftsgruppen und Altersklassen unabhängig vom Bildungs- und Sozialstatus sowie Herkunft. Das Museum versteht sich – entsprechend den Aufgabenfeldern seines Trägers, dem Landschaftsverband Rheinland (LVR) – als Teil des inklusiven Sozialraums und als Ort der Kommunikation. Es ist dem LVR-Industriemuseum wichtig, mit seinen Angeboten und seinem museumspädagogischen Programm, gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe für alle Menschen zu ermöglichen. Der Gedanke der Inklusion wird im LVR-Industriemuseum großgeschrieben. Partizipation ist seit Gründung des Hauses 1984 fester Bestandteil der Arbeit mit Besucher*innen und Interessierten. Mit Informationen, Erzählungen, Hinweisen und Anekdoten, mit Schenkungen, Anregungen und Diskussionen haben Bürger*innen der Region von Anfang an am Aufbau des Rheinischen Landesmuseums für Industrie- und Sozialgeschichte weitreichend mitgewirkt. Diese Tradition der Partizipation setzt das Museum, vor allem auch in der museumspädagogischen Arbeit, ungebrochen fort.“

https://industriemuseum.lvr.de/de/vermittlung/leitlinien_1/leitlinien_1.html

* Homepage-Informationen

3.1.5 Braith-Mali-Museum Biberach

Museum Biberach

Braith-Mali-Museum

Museumspädagogik

Konrad Kopf

Interview am 11.10.2019

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Zur digitalen Strategie generell kann nach dem jetzigen Stand nichts Genaues berichtet werden. Außer dass das Haus in den Social Media Kanälen wenig aktiv ist.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Rallyes und Suchspiele wurden/werden derzeit von Jugendlichen entwickelt (10-12 Jahre) im Rahmen des vom BMBF geförderten Projekts „Kultur macht stark“, unterstützt und finanziert durch den DMB. Die Lizenzgebühren für Actionbound trägt das Haus.

Zur Erläuterung: Mit dem Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) seit 2013 außerschulische kulturelle Bildungsangebote für benachteiligte Kinder und Jugendliche. Das Programm wird von 2018 bis 2022 fortgesetzt. Das „Museum macht stark“-Programm ist im Rahmen dieser BMBF-Initiative verortet und wird vom Deutschen Museumsbund betreut. Geförderte Projekte wurden nach einem Ausschreibungsverfahren ausgewählt und mussten folgende strukturellen wie konzeptionellen Bedingungen erfüllen: Lokale Partnerschaften zur Entwicklung außerschulischer Formate für eine festzulegende Zielgruppe, wobei zwei Formate zur Auswahl standen. Das Museum Biberach wirkt als Projektteilnehmer seit dem ersten Format „Peer to Peer“ mit.

Nutzerstatistik vorhanden?

Diese wird Ende des Jahres von Actionbound für die Rechnung vorliegen, aber welche Statistiken das in Detail sind, ist aktuell nicht bekannt.

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Ausgesprochen positive, wobei konzeptionell darauf geachtet wird, dass Jugendliche die Inhalte selbst generieren, sie werden allenfalls redaktionell unterstützt. So betrachtet handelt es sich um ein partizipatives Vorgehen, mit dem Prinzip des bottom-up und nicht des top-down. Diese Bounds werden unter anderem für Schulklassenbesuche eingesetzt. Die vor Ort ansässige Kreismedienstelle unterstützt das Projekt mit Manpower und Infrastruktur.

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Hierzu gibt es nahe und ferne Ziele: Zum einen wird das beschriebene Projekt (Actionbound / Bildungspartnerschaft Mali Gemeinschaftsschule) weiter unterstützt und kann damit ausgebaut werden, nach denselben methodischen Prinzipien der Partizipation. Für weitere Vermittlungsformate besteht die Idee mit Podcasts zu arbeiten, mit Jugendlichen Hörgeschichten zu entwickeln. Bei diesem Storytelling-Projekt soll das Haus freiberuflich wie ehrenamtlich unterstützt werden durch ehemalige Mitarbeiter der Kreismedienstelle sowie des Regionalstudios SWR, ein Support der sich unter anderem durch die Vernetzung im Rahmen des BMBF-Projekts entwickelte.

Ebenso sind weitere Apps vorstellbar, die in einer Fortbildung des Deutschen Museumsbundes für die Projektpartner vorgestellt wurden, wie z.B. Minecraft. Die baulichen Bedingungen bieten derzeit noch keine Voraussetzungen, das Haus hat kein WLAN. Geplant ist, dass das Foyer mit Empfangstheke so ausgerüstet wird, dass dort Downloads, usw. möglich sein werden.

Museums- und Sammlungsprofil*

„Die vier Ausstellungsabteilungen Naturkunde, Archäologie, Geschichte und Kunst präsentieren bedeutende Sammlungen. Mit interaktiven Modellen, Experimentierstationen, Videofilmen und Inszenierungen wird die Entstehung und Besiedlung der oberschwäbischen Landschaft nachgezeichnet. Neben Hauptwerken der oberschwäbischen Kunst stehen als Besonderheit die historischen Ateliers der Münchner Tiermaler Anton Braith und Christian Mali. Die altdeutschen Salons sind heute die einzigen vollständig erhaltenen Künstlerateliers des 19. Jahrhunderts. Glanzstücke der Kunstsammlung sind die Gemälde und Holzschnitte des Expressionisten Ernst Ludwig Kirchner.“

Bildungsaufgabe und -projekte*:

„Das Museum Biberach kooperiert im 5. Jahr mit Schülerinnen und Schülern der Mali Gemeinschaftsschule Biberach. Die Schülerinnen und Schüler erobern das Museum und forschen in ihrer Freizeit selbstorganisiert zum Thema Archäologie / Heinrich Forschner. Die Abteilung Archäologie geht auf den Biberacher Heinrich Forschner zurück. Sie inszeniert Fundstücke von der Altsteinzeit bis zu den Alemannen. Die Abteilung wird von den Jugendlichen in unterschiedlichen Workshops unter die Lupe genommen. Ein Resultat des Projektes ist ein Action-Bound, der dann ab Herbst 2019 online gehen wird. Primäres Ziel des Projektes ist es, Kindern und Jugendlichen, die von Hause aus wenig mit dem Thema Kultur und Museum in Berührung kommen, diese Angebote und Institutionen bekannt und zu einem selbstverständlichen Bestandteil ihrer Lebenswelt zu machen. Das Projekt findet außerunterrichtlich statt.“

*HomepageInformationen

3.1.6 Klassik Stiftung Weimar

Klassik Stiftung Weimar
Referent der Bildungsabteilung
Dr. Folker Metzger
Interview am 2.10.2019

Stellenwert von Apps im Rahmen der digitalen Strategie Ihres Hauses?

Die Stiftung entwickelt derzeit eine digitale Strategie, in der Apps eine wichtige Rolle spielen werden. Das setzt fachübergreifende Teams voraus, um beispielsweise bei der Weiterentwicklung der Objektdatenbank alle Kriterien formal und inhaltlich zu berücksichtigen, die der Kuratoren ebenso wie die von Bildung oder Marketing. Die App soll als digitales Vermittlungsangebot vor, während und nach dem Besuch nutzbar sein, neben anderen zentralen digitalen Diensten wie Online-Katalog, Online-Sammlung, usw.

Finanzrahmen: Aus laufenden Mitteln und/oder Förderprojekt?

Fördermittel sind notwendig, um beispielsweise die WLAN-Infrastruktur zusammen mit der IT-Abteilung aufzubauen; das erfordert zusätzliche Mittel und ist nicht aus den laufenden zu finanzieren.

Nutzerstatistik vorhanden?

In der KSW dient die aktuelle App „Bauhaus+“ als Vorbild, da sie deutschlandweit zu den erfolgreichsten Museums-Apps zählt: Wie oft die App geladen, was aufgerufen wird, wird erfasst; Besuchermeinungen können eingegeben und beantwortet werden. Die Nutzerstatistik von „Bauhaus+“ zeigt seit dem Start im April bis Ende August beispielsweise: 23.000 Downloads, 20% nutzen dafür ihr eigenes Smartphone. Sowohl quantitativ als auch qualitativ war die Resonanz äußerst erfolgreich.

Welche Erfahrungen wurden mit Apps gemacht?

Ausgesprochen positive Erfahrungen, wichtig ist vor allem eine App richtig zu bewerben, auf allen Anzeigen/Bannern usw., das bestätigt sich momentan bei „Bauhaus+“. Ebenso zentral ist es, eine App zu entwickeln, die die jeweils individuelle Wahl der Besucherinnen zulässt (Visitor-Journey oder Besucher*innen als Flaneure), bei der erwünschte Informationen mithilfe von Beacons aktiviert werden können, also eine Indoor-Navigation, die WLAN-Ausrüstung an den Häusern voraussetzt.

Wie sieht die Zukunft der Apps aus? Werden sie speziell in Ihrem Haus noch ausgebaut und wie ist die Entwicklung generell einzuschätzen?

Klassik Stiftung Weimar wird im Rahmen seiner digitalen Strategie das digitale Vermittlungsangebot in Form von Apps Zug um Zug ausbauen. Mit VR und Gamification wird die Attraktivität sicher noch gesteigert werden können. Über Bild- und Nutzungsrechte soll das Museum weiterhin verfügen. Die Suche nach Agenturen, die die genannten Voraussetzungen leisten können, ist nach wie vor nicht einfach, aber sie lohnt sich, wie mit „Bauhaus+“ gezeigt werden konnte.

Museums- und Sammlungsprofil*

„Die Klassik Stiftung Weimar bildet ein einzigartiges Ensemble von Kulturdenkmalen. Mit ihren mehr als 27 Museen, Schlössern, historischen Häusern und Parks sowie den Sammlungen der Literatur und Kunst zählt sie zu den größten und bedeutendsten Kultureinrichtungen Deutschlands. Zwölf Liegenschaften sind in der Liste des Weltkulturerbes der UNESCO aufgeführt.

Die drei sammlungsführenden Häuser der Klassik Stiftung Weimar – die Herzogin Anna Amalia Bibliothek, das Goethe- und Schiller-Archiv – sowie die Museen bewahren eine Vielzahl von Objekten, die sich wiederum in unterschiedlichen Sammlungen und Bestandsbereichen befinden. Zu diesen Sammlungen gehören etwa der Bestand der Militärbibliothek, die Sammlung zur Farbenlehre von Johann Wolfgang Goethe und der schriftliche Nachlass des Philosophen Friedrich Nietzsche. In den Museen der Klassik Stiftung Weimar spiegelt sich die Vielseitigkeit der Weimarer Kunst- und Kulturgeschichte. Hier befinden sich einzigartige Schätze vom Mittelalter bis zur Gegenwart.

Die historischen Häuser und Residenzen bedeutender Persönlichkeiten der Klassik und Moderne zeugen mit ihrer teilweise noch originalen Ausstattung von der Lebens- und Ideenwelt ihrer Gestalter und Bewohner. Im Stadtschloss, jahrhundertlang Sitz der Herzöge und Großherzöge von Sachsen-Weimar-Eisenach, wird das neue Besucherportal der Klassik Stiftung Weimar und eine die Geschichte der Künste, Dynastie und Politik Weimars erzählende Ausstellung entstehen.

Mit dem Bauhaus-Museum Weimar und dem neu konzipierten Neuen Museum wird ein wichtiges Zentrum für die Vermittlung der Moderne und ihrer Wirkungsgeschichte bis heute geschaffen.

Die Graphischen Sammlungen der Klassik Stiftung Weimar zählen mit ihren rund 230.000 Werken zu den bedeutendsten ihrer Art in Deutschland. Sie bieten einen umfassenden Überblick über das graphische Schaffen in Europa vom 15. bis zum 21. Jahrhundert.“

Bildungsaufgabe und- projekte*

„Gesellschaftliche Relevanz, Gegenwartsbezüge und sinnlich-ästhetische Erfahrungen bilden den Kern der Bildungsarbeit. Wir möchten unseren Besucherinnen und Besuchern möglichst vielfältige Zugänge zur Weimarer Kulturgeschichte anbieten. Dafür entwickeln wir unsere Angebote und Strategien stetig weiter. Gesellschaftliche Debatten, Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung oder die jeweilige Lebenswelt unserer Zielgruppen sind Themen, die unsere Arbeit vorantreiben. Insbesondere in verschiedenen modellhaften Projekten können wir mit nationalen und internationalen Partnern neue Methoden, Themen und Formate erproben. Darüber hinaus führen wir zahlreiche Schulkoooperationen sowie Kooperationen mit Universitäten, in denen wir unsere Projekte weiterentwickeln.

Die Klassik Stiftung Weimar nimmt teil an der Initiative Kultur öffnet Welten, die von der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien gefördert wird. Zudem besteht eine assoziierte Partnerschaft mit dem Verbundprojekt museum4punkt0.“ (Siehe dazu 3.2.1. Fallbeispiel 1).

* Informationen auf der Homepage

3.2 Fallbeispiele

3.2.1 Fallbeispiel 1 – App „Mein Objekt“

Fallbeispiel 1: Die personalisierte App
Universität Greifswald
Juniorprofessorin für Kunstgeschichte
Prof. Dr. Isabelle Dolezalek
Interview am 18.10.2019

Vorbemerkung

Isabelle Dolezalek war bis zum 1.10. 2019 Wissenschaftliche Mitarbeiterin von Prof. Dr. Bénédicte Savoy am Institut für Kunstwissenschaft und Historische Urbanistik der TU Berlin. In ihrem neuen Amt betreut sie in Kooperation mit María López-Fanjul y Díez del Corral (Outreach Kuratorin) und Jennifer Moldenhauer (Volontärin im Bode-Museum) ein Projektseminar in Greifswald: „Objektbiographien – eine neue App für das Bode-Museum“; hier werden der Werdegang ausgesuchter Werke des Bode-Museums vom Herstellungsmoment bis heute in einem ersten Schritt recherchiert und die Inhalte für die App aufbereitet. Es ist ein Teilprojekt von museum4punkt0, <https://www.museum4punkt0.de/ueber-uns/>, einem vom BKM finanzierten dreijährigen Projekt, das mit Museen unterschiedlicher Gattungen und Größen verschiedene Wege der digitalen Erschließung für Museen erprobt. Die entwickelten Werkzeuge und Instrumente sowie erworbene Kenntnisse sollen anschließend anderen Museen zugänglich sein. An dem von der Stiftung Preußischer Kulturbesitz geleiteten Projekt sind beteiligt: die Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz, die Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss, das Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven, das Deutsche Museum München, die Fastnachtsmuseen Schloss Langenstein und Bad Dürkheim mit weiteren Museen der schwäbisch-alemannischen Fastnacht und das Senckenberg Museum für Naturkunde Görlitz.

Auf der Homepage sind zur geplanten App für das Humboldt Forum Detailinformationen zu finden <https://www.museum4punkt0.de/medien-museen-und-mein-objekt/>. Die App „Mein Objekt“ wird im Auftrag der Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss unter der Projektleitung von Lavinia Frey und Conrad Mücke vom gamelab.berlin entwickelt, wo Christian Stein und Thomas Lilge dafür verantwortlich sind.

Der Kontakt zu Isabelle Dolezalek kam durch Patricia Rahemipour zustande, die ein Interview vorschlug, um mehr detaillierte Informationen über das innovative Konzept der App zu erhalten. Diese wird inhaltlich von Isabelle Dolezalek mit ihren Studierenden des Caspar David Friedrich Instituts, Universität Greifswald, bespielt und iterativ erprobt, dazu sind weiterhin Workshops und Testtage mit den Projektverantwortlichen vorgesehen.

Zum Konzept

Der Prototyp der App findet aktuell im Bode-Museum Einsatz: Die Konzeption der App erlaubt einen relativ großen Spielraum und kann für verschiedene Museen flexibel angepasst werden, je nach Sammlung und Narrativen.

Für „Mein Objekt“ wird das Tinder-Prinzip der Dating-App spielerisch zur Begegnung – oder besser zu einem Date – mit Objekten „übersetzt“. Die Einladung zur Nutzung dieser spielerischen Suche erfolgt vor Ort im Museumseingang. Interessenten können die App auf ihr Smartphone downloaden und zum Objekt ihrer Wahl auf folgende Weise finden: Fotos von abgebildeten Objekten oder Bildausschnitten werden wie beim Tindern durch Wischen (swipen) ausgewählt oder auch nicht. Durch die Auswahl wird nach einem Algorithmus der Besuchertyp ermittelt, hierzu werden vier Besuchertypen kategorisiert. Das zur Besucher*in passende Objekt „meldet sich“ nach dem Match in einem Chat-Fenster. Das Objekt stellt sich mit weiteren Informationen vor, und lädt ein, es im Museum zu besu-

chen. Dort besteht die Möglichkeit, weiterhin im Chat-Format Spuren der Vergangenheit am Objekt zu erforschen, Querverweise zu finden, ein Selfie mit dem Objekt zu machen. Anschließend können Besucher auf diese Weise dem nächsten Objekt begegnen, mit dem ein Match stattgefunden hat.

Die App ist als eine interaktive und personalisierte Begegnung mit den Objekten konzipiert, konsequenterweise sind die Dialoge zwischen Objekt und Besucher eher in salopper, einladender Sprache formuliert, ohne wissenschaftlichen Duktus, aber inhaltlich korrekt. Das sich mitteilende Objekt chattet über seine Emotionen, als es beispielsweise geraubt oder zerstört wurde, fordert Besucher zu Stellungnahmen heraus, usw.; also insgesamt ein Frage-und-Antwort-Spiel, das nach und nach in kurzen Texten zu näheren Informationen über das Objekt führt: „Das gamelab.berlin setzt sich mit Spielen zur Wissensvermittlung auseinander. Es geht davon aus, dass Menschen nirgendwo so leicht und effektiv lernen wie da, wo sie Freude und Faszination empfinden. Spiele sind dabei wie keine andere Kulturtechnik geeignet, Motivation zu erzeugen. Insbesondere für Wissenschaft und Wissensvermittlung kann das zum entscheidenden Erfolgsfaktor werden. Daher forscht und entwickelt das gamelab.berlin in interdisziplinären Teams zwischen Praxis und Theorie zu Spielen als wesentlicher Kulturtechnik. Die prototypische Anwendung „Mein Objekt“ verfolgt einen museumsspezifischen Ansatz, der Besucher*innen bei ihren aktuellen medialen Gewohnheiten abholt.“ (Christian Stein in seinem Blog-Beitrag "Medien, Museen und Mein Objekt. Wie kann Interaktivität, Personalisierung und Digitalität sinnvoll in Museen integriert werden?" <https://www.museum4punkt0.de>)

Dieser spielerische Ansatz soll ebenso dem Phänomen der „museum fatigue“ entgegenwirken und das Museum als einen unterhaltsamen Ort entdecken lassen; insbesondere mit dem Selfie-Feature werden Erfahrungen von GoogleArts integriert: Der Erfolg dieses Projekts wurde deutlich erhöht, als Besucher*innen die Möglichkeit hatten, sich mit „ihren“ Star-Objekten fotografieren zu lassen.

3.2.2 Fallbeispiel 2 – App „TAMAM“

Fallbeispiel 2: Die App zur Unterstützung des interkulturellen Dialogs
Staatliche Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz
Museum für Islamische Kunst
Roman Singendonk, Kurator
Interview am 25.10.2019

Vorbemerkung

Wie eingangs erwähnt, waren bei der vorliegenden Web-Recherche erstaunlicherweise keine Beispiele für eine mobile, digitale Anwendung zu finden, die zur Förderung des interkulturellen Dialogs beiträgt. Wäre es nicht eine ideale Anwendung, wenn man den im Alltag selbstverständlichen Umgang mit dem Smartphone in Betracht zieht? Könnte dies nicht einen der Kommunikationswege darstellen, deren gezielte Nutzung der Deutsche Museumsbund empfiehlt? Diese Frage führt in der Antwort zwar zu den Social Media Kanälen, die beispielsweise das Dokumentationszentrum und Museum über die Migration in Deutschland (DOMiD) intensiv nutzt (www.domid.org); ebenso könnte die Antwort sein, dass dafür die jeweiligen Sammlungsschwerpunkte multiperspektivisch erschlossen werden müssten. Ein solches Vorgehen wird den Museen auch vom Deutschen Museumsbund (DMB) vorgeschlagen: „Die(se) Diversität als Normalität zu erkennen, ist eine Aufgabe, die sich im gesellschaftlichen Miteinander täglich und langfristig stellt. In einer Einwanderungsgesellschaft, wie wir sie in Deutschland haben, führt die kulturelle Vielfalt auch in der Museumsarbeit zu einem Perspektivwechsel und einer Neuorientierung. [...] Der Weg geht hin zu einem partizipativen Museum, das Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen fördert und Integration als wechselseitigen Prozess versteht. Ein Perspektivwechsel erlaubt einen neuen Blick auf das Museum und aus dem Museum heraus. Die aktive Mitwirkung der Besucher ermöglicht im Idealfall eine neue Verständigung über Geschichte und Gegenwart, Kultur und Umwelt und vieles mehr.“ (DMB-Leitfaden: Museen, Migration und kul-

turelle Vielfalt, 2015, S. 7,). Das Museum für Islamische Kunst kann qua Sammlung dieser Aufgabenstellung nachkommen für und mit muslimische(n) Gemeinden das Museum zu erschließen. Obwohl es sich um ein junges Beispiel handelt, das bei der museumspädagogischen Erhebung für 2017 noch nicht erfasst werden konnte, soll es folgend skizziert werden.

Zum Konzept

TAMAM – Das Bildungsprojekt von Moscheegemeinden mit dem Museum für Islamische Kunst ist auf der Homepage <https://www.smb.museum/museen-und-einrichtungen/museum-fuer-islamische-kunst/sammeln-forschen/forschung-kooperation/tamam-das-bildungsprojekt-von-moscheegemeinden-mit-dem-museum-fuer-islamische-kunst.html> detailliert beschrieben und wird folgend in seinen Zielen, Methoden und Ergebnissen zitiert.

Das Ziel des Projekts: „Ausgangspunkt ist die Sammlung des Museums und ihre Objekte. Im Museum für Islamische Kunst wird deutlich, dass die Künste und Kulturen der islamisch geprägten Länder und West- und Mitteleuropas untrennbar miteinander verwoben sind. Durch langen und engen Kontakt sind starke Verbindungen entstanden. Und auch die Region des Nahen und Mittleren Ostens selbst ist historisch durch eine hohe religiöse, kulturelle und ethnische Vielfalt und durch die Fähigkeit, mit dieser Vielfalt umzugehen geprägt. Diese Verknüpfungen sind direkt an den Objekten der Sammlung ablesbar, was ein nützlicher Startpunkt ist, um transregionale kulturhistorische und migrationsgeschichtliche Prozesse der Vergangenheit den konstruktiven Geist der Kunstgeschichte in aktuelle gesellschaftliche Prozesse zu übertragen: Kann der Blick in die Vergangenheit bei der Gestaltung der Zukunft helfen? Stimmen die Bilder, die wir uns von uns selbst und von anderen machen eigentlich mit der (Kunst-)Geschichte überein oder müssen Identitätsbilder neu überdacht werden?“ Zur Erörterung dieser Fragen wurden gut besuchte Werkstattgespräche ausgerichtet mit intensiv geführten Diskussionen.

Die Methode des Projekts: „Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus bislang 13 verschiedenen Berliner Gemeinden, islamischen Verbänden und Jugendorganisationen [arbeiten] mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern verschiedenster Disziplinen zusammen. Das TAMAM-Projekt ist partizipativ, was bedeutet, dass die Moscheen und das Museum auf Augenhöhe zusammenarbeiten und ihre jeweiligen Kenntnisse und ihre Perspektiven kombinieren. Ausgehend von Berlin wird die Zusammenarbeit mit Moscheen ab November 2019 auf ganz Deutschland ausgeweitet.“

Das Ergebnis des Projekts: Eine TAMAM-App mit ergänzenden TAMAM-Materialien, die insgesamt die Geschichte von 16 als bedeutsam erachteten Exponaten kontextualisiert und mit Augmented Reality Animationen und zusätzlichen Hintergrundinformationen zur Verfügung stellt. „Mit seinem Unterrichtsmaterial eröffnet TAMAM einen Raum zum Nachdenken für Jugendliche, junge Erwachsenen und alle, die Lust dazu haben. Wir geben keine einfachen Antworten auf komplizierte Fragen, sondern regen die Teilnehmenden dazu an, sich eine eigene Meinung zu bilden und diese begründet zu vertreten. Mit den neuesten Vermittlungsmedien passen wir uns dem Nutzungsverhalten der Zielgruppen an und ermöglichen außerdem die Inhalte des Projekts niedrigschwellig in ganz Deutschland zugänglich zu machen. Mit TAMAM öffnet das Museum für Islamische Kunst seine Vermittlungsarbeit neuerdings auch zum Bereich islamische Jugendarbeit hin und sucht gleichzeitig nach der innovativen Verbindung von transkultureller und politischer Bildung.“

Finanzierung: Das im Dezember 2018 abgeschlossene zweijährige Projekt wurde gemeinsam mit dem Institut für Islamische Theologie der Universität Osnabrück beantragt und von der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen sowie vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert. Vorgesehen ist, die Synergien des Projekts, die aus den intensiven Werkstattgesprächen erwachsen, weiter zu nutzen, die entwickelten Produkte weiter zu optimieren, um für Musliminnen und Muslime mehr kulturelle Bildung in Moscheen zu ermöglichen. Dafür stellt das Museum den Rahmen und seine Sammlung zur Verfügung.

3.2.3 Fallbeispiel 3 – App „Sophia“

Fallbeispiel 3: Apps für inklusive Museen
Bundeskunsthalle Bonn
Birgit Tellmann, Vermittlung,
Interview am 24.10.2019

Vorbemerkung

Während der Web-Recherche fiel insbesondere auf, wie zahlreiche Museen die Forderungen der 2007 von Deutschland unterzeichneten UN-Behindertenrechtskonvention bereits aufgegriffen haben: mit Tastführungen, Führungen mit Gebärdendolmetschern, Führungen in Leichter Sprache; ebenso werden Mobilitätseinschränkungen berücksichtigt usw. Eingebettet sind diese Angebote in eine sich verändernde Kultur der Inklusion, in der bauliche wie strukturelle Maßnahmen gefördert werden, wie beispielsweise das in Trägerschaft der Akademie der Kulturellen Bildung und des Vereins InTakt vom BKM-geförderte Projekt „Netzwerk Kultur und Inklusion“ (Keuchel, 2018).

Zur Umsetzung der Barrierefreiheit und der Inklusion an den Museen hat der Deutsche Museumsbund zusammen mit dem Bundesverband Museumspädagogik und dem Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit einen Leitfaden herausgegeben (DMB, 2013). Im Rahmen der vorliegenden Studie war es mehr als naheliegend die Frage aufzugreifen, inwieweit inklusive Museen mit Apps oder einer anderen mobilen Anwendung arbeiten und dies auf ihrer Website als Service angeben.

Im Telefongespräch mit Birgit Tellmann, Vorsitzende der Fachgruppe „Inklusion und Diversität“ im Bundesverband Museumspädagogik sowie Projektverantwortliche des in der zweiten Runde geförderten BKM-Projekts „Verbund Inklusion“ wurde das Thema Apps zur Bewältigung der Aufgabenstellung eines inklusiven Museums aufgegriffen. Für Birgit Tellmann war es wichtig eingangs zu betonen, dass das Thema der Inklusion vor allem einen institutionellen Wandlungsprozess beinhaltet, der sich in der Ausstellung insgesamt sowie in ihrer Zugänglichkeit für Menschen mit eingeschränkten Sinneswahrnehmungen oder für Menschen mit körperlichen oder kognitiven Einschränkungen spiegelt. Nach diesen Kriterien konzipierte Ausstellungen bilden für alle Besucher*innen einen Gewinn, wie bereits im ersten Projekt ersichtlich wurde.

An dem ersten vom BKM geförderten Projekt „Pilot Inklusion. Module und Prozesse für Inklusion in Museen“ waren bereits die Museen beteiligt, die auch am Folgeprojekt mit weiteren Partnern teilnehmen <https://www.museumspaedagogik.org/projekte/verbund-inklusion/>, mit Ausnahme der Städtischen Museen Freiburg. Diese gemeinsamen Aktivitäten zur kulturellen Teilhabe aller Menschen spiegeln sich ebenfalls in der Synopse der Web-Recherche. Da über das Projekt bereits eine gemeinsame Publikation vorliegt (Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 2017), sollen folgend andere Museen im Fokus stehen, für die Apps oder Multimediaguides zur Erfüllung der inklusiven Aufgabe ein wichtiges Medium darstellen.

Die Auswahl fiel auf das künftige Projekt an der Bonner Bundeskunsthalle namens „Sophia“. Der Name verweist auf – für alle – Wissenswertes und wurde vom Medienpartner vorgeschlagen; darüber hinaus wurden ein stadthistorisches sowie ein kulturgeschichtliches Museum mit seinen inklusiven Maßnahmen gewählt, in denen die Vorteile mobiler Anwendungen bereits genutzt werden. Im Interview erwähnte Birgit Tellmann zudem weitere Museen: Nicht nur die der Projektpartner*innen, sondern ebenso die Berlinische Galerie in Berlin (Anette Noschka-Roos: Die bei der Erhebung keine App meldete, aber eine inklusive Museums-App als Download auf der Homepage in deutscher und englischer Fassung führt), das Museum Barberini in Potsdam, das Neanderthal Museum oder das Staatliche Museum für Archäologie Chemnitz, um nur einige aus ihrer Liste zu nennen. Ebenso machte sie auf den Projekt-Verbund europäischer Museen ARCHES aufmerksam, ein Akronym für „Accessible Ressources for Cultural Heritage EcoSystems“, ein Projekt, das sich zum Ziel gesetzt hat, Menschen mit besonderen Bedürfnissen den Zugang zur Kultur zu erleichtern.

Zum Konzept

Bevor ein jeweils besonderes Beispiel der drei ausgewählten Museen mit Blick auf den Einsatz mobiler, medialer Angebote hervorgehoben wird, soll das gemeinsame Prinzip ihrer Ausstellungs- und Vermittlungstätigkeit vorangestellt werden: Die kulturelle Teilhabe für alle Menschen so umzusetzen, dass Ausstellungen unabhängig von den jeweiligen Einschränkungen eine möglichst selbständige Erschließung gestatten, denn von einer solchen konzeptionellen Berücksichtigung aller Perspektiven profitieren alle Besucher*innen. Um dies zu erreichen wird bei der Ausarbeitung der Ausstellungs- und Vermittlungsangebote eng mit den Betroffenenengruppen kooperiert, ist in den Häusern ein taktiles Leitsystem, sind Tastobjekte oder Hands-on-Stationen selbstverständlich, genauso wie andere Einschränkungen berücksichtigende Angebote.

Beispiele

Im 2017 neu eröffneten **Historischen Museum Frankfurt**, das für sein inklusives Konzept einen Preis erhielt (Hessischer Staatspreis „Universelles Design 2018“), wird zur Erschließung der Ausstellung ein Multimediaguide im Format einer Web App angeboten. Die nach unterschiedlichen Themen ausgearbeiteten Touren stehen ebenso in Leichter Sprache, deutscher Gebärdensprache und in Audiodeskription zur Verfügung. Die multimedialen Angebote lassen sich alternativ auf das eigene Smartphone laden (BYOD).

In der **Bundeskunsthalle Bonn** geht die Planung von Ausstellungen stets mit der Überlegung einher, wie sie für alle Betroffenenengruppen realisiert werden kann. Das bedeutete beispielsweise, dass die 2018 präsentierte Ausstellung zum Thema Wetter und Klima mit barrierefreien multisensorischen Stationen ausgestattet war. Zudem gab es einen Audio/Mediaguide in verschiedenen Sprachen, auch in DGS, eine Audiodeskription für Blinde und eine Version in Leichter Sprache. Künftig soll es mit der auch Online nutzbaren App namens Sophia möglich sein, die Bundeskunsthalle auf eine neue Weise zu erschließen: Im Foyer der Bundeskunsthalle steht bereits das Modell des Gebäudes als dreidimensionales Puzzle, das ertastet und spielerisch in seinen Gebäudeteilen erkundet werden kann. Dieses mentale Orientierungskonzept, insbesondere auch für sehbehinderte Museumsgäste, wird mit mobilen Zusatzinformationen unterstützt: Alle Architekturelemente, die am Modell zu ertasten und auf Tafeln zusätzlich verortet sind, werden in der App über Animationen (3D, Zoom) zu Beginn des Audiofiles eingeführt: online, beim Besuch (BYOD/ Leihgerät) abrufbar.

Das 2013 neu eröffnete **Staatliche Museum für Ägyptische Kunst** in München war von Beginn an als inklusives Museum konzipiert und wurde ähnlich wie das Historische Museum in Frankfurt für sein Engagement durch einen Staatspreis geehrt. Als jüngstes Beispiel des permanent weiteren Ausbaus inklusiver Angebote ist ein gemeinsames Multimediaguide-Projekt mit Schüler*innen eines inklusiven Gymnasiums zu nennen mit dem Titel: All included. Die Schülerinnen legten in diesem Projekt zu bestimmten Themen nicht nur interessante Spuren von der Geschichte Ägyptens bis zur Gegenwart frei, sondern ebenso Parallelen zwischen der Hieroglyphenschrift und der Gebärdensprache.