

Nachbereitung Fachtag 17.01.2022, Bildung und Vermittlung M-V, Darr

Organisation: Arbeitskreis Bildung und Vermittlung des Museumsverbandes M-V e.V.
in Zusammenarbeit mit der Fachstelle für Museumsberatung M-V
45 Teilnehmer

Grußwort: Bettina Martin, Ministerin für Wissenschaft, Kultur, Bundes- und
Europaangelegenheiten

- Museen müssen sich verändern
- Intensiverer Austausch erwünscht
- Unter Druck
- M-V Schutzfond „Neustart Kultur“
- Kultur –Grundversorgung

Grußwort: Steffen Stuth, Museumsverband M-V e.V.

Vortrag Dr. Christian Gries, Leiter der Abteilung Museumspraxis & IT des Landesmuseums
Württemberg

„Auf dem Weg ins Metaversum? Digitalität und Vermittlung im Museum in den Zeiten einer
Pandemie“

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung der Museen in Deutschland massiv be-
schleunigt. Die Kultureinrichtungen sehen sich einem Paradigmenwechsel ausgesetzt, der das
Betriebssystem der Häuser verändert, den Umgang mit Objekten und Wissen neu sortiert und
das Verhältnis zu den Besuchern neu konfiguriert.

Dr. Gries beleuchtete wesentliche Handlungsfelder dieser neuen Digitalität und skizzierte
aktuelle Herausforderungen in der Vermittlung

Veränderungen notwendig, aber

- Personalmangel
- Fehlendes know how
- Budgets zu niedrig
- nur 18 % digitale Strategie

- Hinterfragen der eigenen Rolle und Kompetenz
- ständig wachsende Komplexität
- extrem hohe und schnelle Veränderungszyklen
- permanent neue Aufgabenstellungen und Potentiale
- „Projektitis“ Projektinflation

notwendig

- Realentwurf –realistic setting
- Analyse und Entwicklung/ Wertigkeit/ Möglichkeiten
- wo Handlungsbedarfe
- welche Handlungsfelder

- neue Fähigkeiten lernen
- Arbeitsprozesse neu
- sichtbarer werden

Programme

- „dive in“ – Programm für digitale Interaktionen (https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/erbe_und_vermittlung/detail/dive_in_programm_fuer_digitale_interaktionen.html)
- Award 2021 –die besten Digital-Projekte der Museen (<https://digamus-award.de/>)

Begriff Metaversum

Das Metaversum (englisch *metaverse*) ist ein kollektiver virtueller Raum, der durch die Konvergenz von virtuell erweiterter physischer Realität und physisch persistentem virtuellen Raum entsteht – einschließlich der Summe aller virtuellen Welten, der erweiterten Realität und des Internets. Das Wort *Metaversum* ist ein Kofferwort aus der Vorsilbe *meta-* (in der Bedeutung „jenseits“) und *Universum*; der Begriff wird üblicherweise verwendet, um das Konzept einer zukünftigen Iteration des Internets zu beschreiben, das aus persistenten, gemeinsam genutzten, virtuellen 3D-Räumen besteht, die zu einem wahrgenommenen virtuellen Universum verbunden sind.^[1] In Abgrenzung dazu besteht ein Massively Multiplayer Online Role-Playing Game aus einer einzigen Welt. Im Metaversum können User die Welten mitgestalten und dort „leben, lernen, arbeiten und feiern“.

Der Begriff Metaversum wurde 1992 von Neal Stephenson in seinem Science-Fiction-Roman *Snow Crash* populär gemacht. Im Epilog behauptet er, dass er den Begriff für dieses Buch als Marketinggag erfunden habe, ebenso wie „Avatar“.

Framework for the Metaverse

Matthew Ball.vc

<https://www.matthewball.vc/all/forwardtothemetaverseprimer>

Digitales Museum

- Museum ohne Mauern
- Entgrenzung der Öffnungszeiten
- Globalisierung des Ausstellungsraumes
- Demokratisierung der Inhalte
- Rückkehr des Tiefenspeichers
- Virealität: Verwebung der Welten – Übergreifendes Konzept durch die theoretische und experimentelle Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten der Neuen Medien
- Allgegenwart
- digitale Schnittstellen in der Gegenwart

Wie?

- Handlungsfähigkeit (kennen und können)
- Veränderungsbereitschaft (wollen und sollen)
- Handlungsbedarfe
- Handlungsfelder

- Neue Fähigkeiten lernen
- Arbeitsprozesse neu
- Reflektionen
- Entscheidungen treffen

Besucherbeirat

Start- und Visitorexperience Workshops

Wo Nichtbesucher abholen?

Markt der Möglichkeiten

Beiträge von

1. Dürten Fuchs
Vorstellung des Projektes MECKSIKON
<https://www.mecksikon.de/>
 KulturApp des Nordens mit Informationen u. a. zu Bodendenkmälern, Sagen, Baudenkmälern, Kirchen, Gutshäusern
 Beispiel: Gutshaus Ludorf (5 Bilder, bis zu 3000 Zeichen)

2. Michael Rahnfeld, phanTECHNIKUM - Technisches Landesmuseum Mecklenburg-Vorpommern, Projektleiter Bildung und Vermittlung
Vorstellung von „Erzählsalons“
 (Der Erzählsalon ist eine Veranstaltung, bei der jeder Teilnehmer zu einem zuvor vereinbarten Thema eine Geschichte aus seinem Leben erzählt. Ein Salonnier oder eine Salonnière moderiert und vermittelt zwischen den Beiträgen der einzelnen Erzähler.)
 In Wismar Wendegeschichten/ Werftgeschichten/ Handwerker, z. B. Schweißer erzählen

Die Arbeit –der Mensch dahinter
 generationenübergreifend (z. B. Oma – Enkel)
 mit max. 10 Personen/ 10 min, anschließend Moderation

3. Katja Rudl
Vorstellung digitaler Stationen in der Ausstellung „Rostock 1200 bis 1850“
 (<http://www.kulturhistorisches-museum-rostock.de/dauerausstellungen/rostock-1200-bis-1850.html>)

Beispiel: Vicke-Schorler-Rolle
 Mechanische Vergrößerungen ausgewählter Abbildungen

Die Vicke-Schorler-Rolle ist eine über 18 Meter breite bildliche Darstellung der „See- und Hansestadt Rostock“ im 16. Jahrhundert. Benannt ist sie nach ihrem Urheber Vicke Schorler, der 1578–1586 die öffentlichen, sakralen und privaten Bauwerke

sowie das Leben in der Stadt und in einigen Gemeinden außerhalb des Mauerrings zeichnerisch erfasste. Seit dem Ankauf durch den Rat der Stadt 1792 wird die kolorierte Federzeichnung im Stadtarchiv Rostock aufbewahrt. Die Hanse- und Universitätsstadt Rostock zählt die Bildrolle zu ihren bedeutendsten kulturhistorischen Dokumenten.

Beispiel: Wenzel-Holler-Plan

Digitalisierte Karte Rostocks von *Wenzel Hollar*

per Knopfdruck konnte z. B. die Handwerbesiedlung nach Unterteilung nach Gewerken sichtbar gemacht werden.

(<https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Hollar-Rostock.jpg>)

Beispiel: Rostosky

Spiel ? welches die gesellschaftlichen Verhältnisse in Rostock im 14. Jahrhundert thematisiert

Action Bound

4. Christian Dinse, Dokumentationszentrum Prora
Vorstellung einer Action Bound für das Außengelände –spielerische Erkundung für Jugendliche, auch für bildungsferne Zielgruppen

- Mediale Inhalte vorladen
- Audio, Videos, Fotos
- Zeit nehmen
- GPS-Signal nicht für Innenbereich

5. Ines Darr, Pommersches-Landesmuseum, Greifswald, Bildung und Vermittlung

Vorstellung der Bild-Tongeschichte

"Ursula, Alfred und Hans Oscar - drei jüdische Kinder aus Pommern in der NS-Zeit – vom Ersten Weltkrieg bis zum Beitritt Polens zum Schengener Abkommen"

(INTERREG-Projekt mit dem Nationalmuseum Stettin (*Muzeum Narodowe w Szczecinie*), mitfinanziert durch das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur Mecklenburg-Vorpommern)

In Zusammenarbeit mit der Medien- und Informatikschule der Wirtschaftsakademie Nord, Greifswald, Frau Fahr

Praktika von 2 Auszubildenden Grafikdesignern

u. a. Entstehungsgeschichte, digitales und analoges Arbeiten, Partner, Umsetzung, Schwierigkeiten, Einsatz ...

- während der Entstehung der neuen Abteilung „Pommern im 20. Jahrhundert“ entstanden

- die Projektumsetzung erfolgte in den Jahren 2018–2021

- Ergänzung/ Vertiefung zu Zeitzeugeninterviews und Kennkarten in der Ausstellung

- Begleitangebot Bildung und Vermittlung im Haus, aber auch für den

den Unterricht in der Schule

Workshops

Workshop 1

Arne Lindemann, Museumsverband des Landes Brandenburg e.V.

„Wie digital muss, kann und will ein Museum heute sein?

Praxisbeispiele aus brandenburgischen Museen auf dem Prüfstand“

Vom Imagevideo bis zum Social-Media-Account, vom Podcast bis zur digitalen Ausstellung – es gibt viele Möglichkeiten für ein Museum mit digitalen Angeboten präsent zu sein. Der Erfolg hängt dabei aber von vielen Faktoren und Vorüberlegungen ab: Was passt zum eigenen Haus, was kann ich mit meinen Ressourcen stemmen und was will ich überhaupt erreichen? Diese Fragen bilden die Basis dieses Workshops. Gemeinsam sollen dazu Erfahrungen ausgetauscht, Ideen gesammelt und Bedenken diskutiert werden. Den Rahmen geben Praxisbeispiele aus brandenburgischen Museen, die mal vom Erfolg gekrönt, mal dem Vergessen anheimgefallen sind, aber dabei immer einen Lerneffekt hatten.

Workshop 2

Birgit Baumgart, Staatliches Museum Schwerin der SSGK

„Gestaltung eines Museums-Bounds“

Nachdem wir 2021 das Programm Actionbound kennengelernt haben, wollen wir uns nun über erste Erfahrungen austauschen. Um einen Bound zu erstellen, muss man sich bestimmte Fragen stellen: nach Zielgruppe und Zielen, nach der Auswahl der Werke/Objekte, sowie nach einer „Spiel/Informationsdidaktik“.

Überlegungen

Einsatz wo?

Didaktik?

Welche Zielgruppe?

Dramaturgie?

Welcher Rahmen? (Geschichte)

Welche Ziele/ Inhalte / Methoden?

Artikel:

Anja Marie Gebauer: Die Dynamik digitaler Kunstvermittlung als Linse

Design, empirische Forschung und Theoriebildung in der Kunst- und Museumspädagogik
Schriftenreihe Kontext Kunstpädagogik

Vorteile

- 1 x vorbereiten
- einfache Bereitstellung

- spielerische Elemente
- originelle Elemente
- Aktivität
- Wettbewerb
- selbstgestaltetes und motivierendes Lernen
- Abwechslungsreich, emotional
- gemeinsames Erlebnis

Medientypen

- Text
- Grafik
- Videos
- Audio

Aufgabentypen

- Info
- Multiple Choice
- Freie Lösungen
- Schätzfragen
- Antworten sortieren

Tipps

- Zeit planen
- Höhepunkte, Schlüsselmomente
- Zusatzinfos möglich
- Möglichst ohne scrollen
- Elementare Aspekte – Bezug zu Zielen

Workshop 3

Anne-Christin Liebscher, Schabbell, Stadtgeschichtlichen Museum der Hansestadt Wismar

„Instagram“

Der Workshop richtete sich an Einsteiger, an social-media-affine Menschen ebenso wie an Zweifler.

Wie können Museen Instagram für sich nutzen? Welche Inhalte, welche Bildsprache, welche Hashtags sind sinnvoll? Wie kommt Reichweite zustande? Wie wird der Instagram-Nutzer zum Museumsbesucher? Wird er es überhaupt?

Instagram

Bedürfnisse (Statistik)

1. Videos
2. Audio
3. Messenger
4. social media

Nutzer

Facebook: ca. 44 Mio.

Instagram (seit 2010): ca. 27 Mio. (vor allem 18 bis 34jährige)
Kaum Jugendliche zwischen 13 und 17 Jahren

Statistik

| | |
|--------------------------------|--------|
| Instagram –offizieller Account | 460 m |
| ... | ... |
| MoMA New York | 5,5 m |
| Louvre Paris | 4,8 m |
| Tagesschau | 3,6 m |
| Bundeskanzler | 1,8 m |
| Städel Museum Frankfurt | 86,1k |
| Dt. Histor. Museum Berlin | 13,3 k |
| ... | ... |
| Staatl. Museum Schwerin | 2451 |
| SchabbellWismar | 1077 |

BÜHNE BETRETEN

BASICS

- exzellente Fotos/ Videos/ Reels
- exzellente Texte, wenn möglich mehrsprachig
- ehrliche, aufrichtige Beiträge
- gezielt gesetzte Hashtags, etablierte und einzigartige
- Lokalisierung wechseln
- Standort, Stadtteil, Stadt
- siehe Bernd Günter (<http://www.berndguenter.de/>)
- „Call to action“ - Interaktion
- Interaktion: liken, kommentieren, Antworten in Stories teilen
- Umfragen

Welche Themen? Welche Schlagwörter?

Andere Museen? Welche Fotos?

Arbeit mit Algorithmen - Werbung

Kommentar sinnvoll platzieren

an Umfragen teilnehmen

polarisierende Inhalte

ästhetische Linie

Scrollen möglichst vermeiden

Ziel: lange auf Plattform bleiben - Belohnung

Best practices

Ernst Barlach Stiftung: <https://www.facebook.com/barlach.museen/>

Gesamtauftritt – ästhetische Linie

(Button, Zitat, Rahmen, feeds, liken, post veröffentlichen, Infos teilen, kommentieren, Austausch, ja, no, in ...)

Buddenbrookhaus (<https://buddenbrookhaus.de/>)

Arbeit mit historischen Fotos und Zitaten

Image, Aushängeschild

nah am Menschen

Vernetzung

„Die Manns“ (Serie)

<https://www.heinrich-mann-digital.net/HMD/>

Internationales Maritimes Museum Hamburg

Social media- Manager

- Texte populär, englisch
- Viel Inhalt
- Details
- Aufnahmen aus Besucherperspektive
- Fans pflegen – eigene Community aufgebaut: 5000 (Nische)

„Oft wird Instagram nur für Marketing genutzt und nicht dafür, Inhalte zu vermitteln. Das ist verschenktes Potenzial. [...]“

Damián Morán Dauchez, Social Media-Manager @maritimesmuseum

Museum Bamberg „Verliebt in ein Kamel“

Fotoserie mit einem Kamel

Kamel sehr beliebt

Schloss Wildenfels

Themen

- Veganes Essen
- Leben auf dem Land

Arbeit mit Stimmungen, Inszenierung

<https://www.instagram.com/schlosswildenfels/?hl=de>

[https://www.schloss-](https://www.schloss-wildenfels.de/inhalte/schloss_wildenfels/_inhalt/mondscheinzimmer/wirerzaehlen)

[wildenfels.de/inhalte/schloss_wildenfels/_inhalt/mondscheinzimmer/wirerzaehlen](https://www.schloss-wildenfels.de/inhalte/schloss_wildenfels/_inhalt/mondscheinzimmer/wirerzaehlen)

STÄDELMUSEUM

<https://www.staedelmuseum.de/de>

SERIE „ASK AN ARTWORK – ANNA ANSWERS“

<https://www.youtube.com/watch?v=0J95vHFBG24>

WIE WIRD MEIN ACCOUNT ERFOLGREICH? /NOCH MEHR AUS DER TRICKKISTE

-Content-Kalender / Regieplan erstellen

- Vorrat an sehr guten Fotografien anlegen / in Auftrag geben
- einen Grundstock an Hashtags überlegen, anlegen, speichern
- einen Partner finden, der mit seinem (bereits größeren) Account unterstützt (z.B. Pressestelle ihrer Stadt, Tourist-Info,)
- relevante Accounts abonnieren
- relevante Hashtags abonnieren
- das beste Pulver verschießen? Unbedingt!
- INTERAKTION

Workshop 4

Alexander Misch, Waldemar Adam, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Rostock und der Hochschule Stralsund Maria Freyer, Susanne Marx, Projektmitarbeiterinnen der Hochschule für Digitalisierungsprojekte im Tourismus.

„KI, AR, VR & Co.: Potenziale für Museen“

In diesem Workshop werden Ihnen die Wirtschaftsinformatiker Alexander Misch und Waldemar Adam einen Überblick über verschiedene Trends zur Digitalisierung mit dem Fokus auf Künstliche Intelligenz (KI) in Museen geben. In der anschließenden Diskussion werden diese Möglichkeiten für die Anwendung in Museen in Mecklenburg-Vorpommern diskutiert, moderiert von Maria Freyer und Susanne Marx.