

Museen und digitale Medien eine Beziehungskiste

Jörg Engster
xpedeo mediaguides / die Informationsgesellschaft mbH

www.xpedeo.de
www.informationsgesellschaft.com

engster@informationsgesellschaft.com
+49 (0)421 · 17 88 90
Bornstraße 12-13 · D-28195 Bremen



kurz zu unserem Unternehmen

- gegründet 1999
- Zusammenarbeit des Kernteam aber bereits seit 1995
- 15 Mitarbeiter*innen
- Schwerpunkt: digitale Medien für Museen
- MediaGuides / Apps / Terminals / Websites / usw.
- Produkte: xpedeo mediaguides und additor CMS
- weitere Informationen unter:
www.xpedeo.de
www.informationsgesellschaft.com

Das Unternehmen wurde bereits im Jahre 1999 gegründet, wobei das Kernteam seit 1995 zusammenarbeitet. Ich nenne diese Zeit immer gerne die „digitale Steinzeit“. Das Internet gab es zwar schon, aber die Webseiten entbehrten größerer Gestaltung: Grauer Hintergrund, schwarze Schrift und blau markierte Links. Für uns Designer gab es viel zu tun, so dass wir uns zur Firmengründung entschlossen. Unser Team hat 15 mittlerweile Mitarbeiter*innen . Der Unternehmensschwerpunkt liegt bei den digitalen Medien für Museen. Das können mobile Lösungen und Apps sein, Terminals oder Webseiten. Weitere Informationen finden Sie auf unseren Websites:
www.xpedeo.de und www.informationsgesellschaft.com



Digitale Medien

Museen

Als ich mit der Vorbereitung zum Vortrag begann, habe ich mir überlegt, mit welchem roten Faden ich durch meine Präsentation leiten könnte.

Und da ich gerne mit Metaphern arbeite, habe ich mir überlegt, die Beziehung zwischen Museen, digitalen Medien und den Besucher*innen mal etwas zu vermenschlichen.

In den gerade herrschenden, etwas herausfordernden Zeiten werfe ich also einen humorvoller Blick auf die verschiedenen Beziehungskisten.

Also, voila: Beziehungskiste Nr. 1: die digitalen Medien und die Museen.

Eine Beziehungskiste, die ich Ihnen kurz anhand unserer Firma erzählen möchte.



Und um dies zu tun, springen wir in die Vergangenheit. Vielleicht nicht in die digitale Steinzeit, aber zumindest in das Jahr 2004, in dem die mobile Informationsvermittlung noch so aussah.

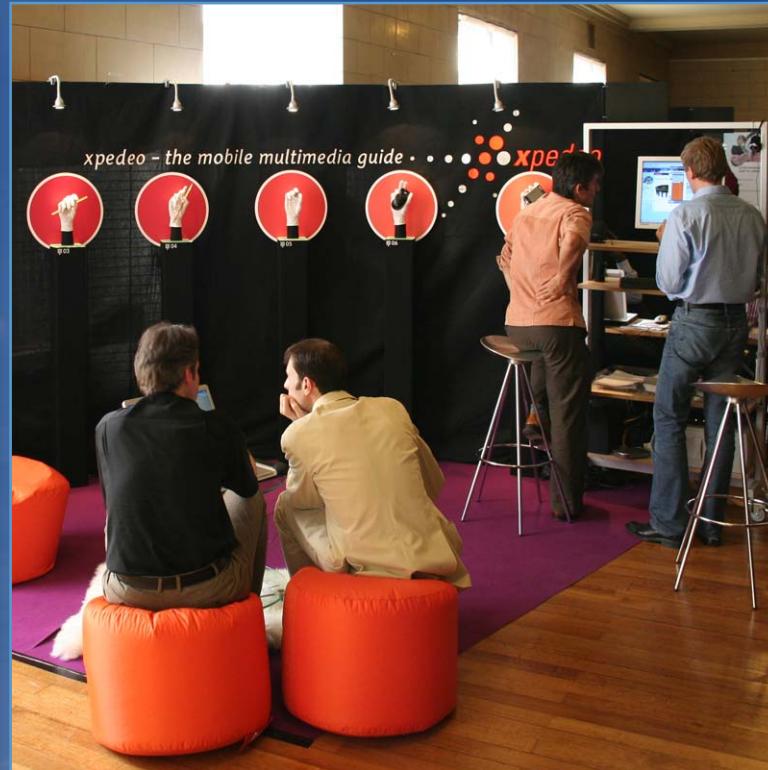
Ich weiß gar nicht, ob allen diese Geräte-Gattung noch vertraut ist:
Es ist ein so genannter PDA, „Personal Digital Assistant“. Ein kleines Mobilgerät, welches zwar einen touchscreen hatte, den man aber mit einem kleinem Spezialstift bedienen musste.
Wir sind also noch in der Vor-Smartphone-Ära, denn die begann erst drei Jahre später, als Apple 2007 das erste iPhone präsentierte.



Es war die Zeit, als wir begannen, um die Gunst der Museen zu werben.

Na ja, vielleicht nicht auf Knien...

Aber wir begannen, unsere Ideen und Lösungen zu konkretisieren und auf den entsprechenden Fach-Messen zu präsentieren



Unsere ersten Messe-Präsentationen hatten wir zum Beispiel auf der MUTEC 2005.
15 Jahre her... meine Haare noch nicht so grau wie heute und die MUTEC in München statt in Leipzig.

Ein paar Monate später der zweite Versuch, diesmal auf der ICHIM in Paris.
Der Mesestand war zu dieser Zeit schon etwas professioneller.

Doch wurde unser Werben erhört?



Der Erfolg hielt sich in Grenzen:
Relativ häufig hörten wir die Sätze
„Sowas kommt mir nicht ins Haus“ oder
„Da gucken die Leute ja gar nicht mehr auf die Exponate“



Wieder zwei Jahre später:

Die neue Messe „Exponatec“ in Köln. Eine Messe, die ich aus zwei Gründen in bester Erinnerung habe. Zum einen wegen unserem Standkonzept: Ein Landrover, mit dem wir einfach auf den uns zugewiesenen Platz gefahren sind. So konnten wir den Bau eines Mesestandes und eines extra Transporters sparen. Übrigens auch von Vorteil nach der Messe: Denn während alle anderen noch abbauten, waren wir schon auf der Autobahn Richtung Heimat



Viel wichtiger war aber:
Die Zeit war endlich reif für mobile Medien im Museum.
Und wir starteten zahlreiche spannende Projekte.
Wir gewannen Kunden, mit denen wir noch heute zusammenarbeiten.
Unsere erste Beziehungskiste erreichte also das lang ersehnte „Happy End“.



Publikum

Museen

Kommen wir nun zur nächsten, letztlich viel wichtigeren Beziehungskiste:

Der Beziehung zwischen Publikum und Museum.
Und versuchen wir diese nun ebenfalls etwas mehr zu vermenschlichen.



Wie funktioniert die Beziehung eigentlich?
Zunächst ganz klassisch:
Man besucht sich von Zeit zu Zeit.

Wobei man ehrlich sagen muss, dass das Verhältnis etwas einseitig ist:
Denn man trifft sich nur bei einem Partner, dem Museum



Was man mithilfe der mobilen Medien dort machen kann?

Ziemlich viel!

Schauen wir uns dazu ein Beispiel an:

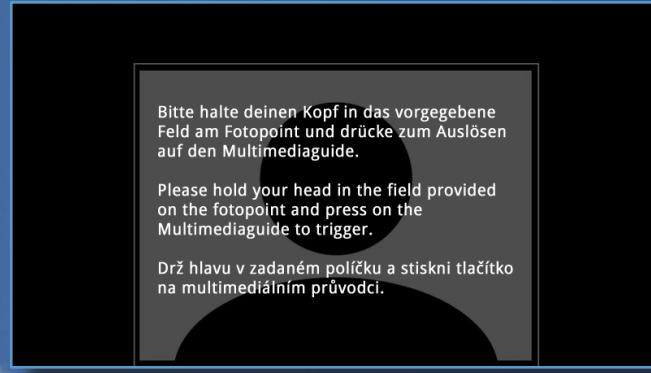
Die Sonnenwelt im österreichischen Großschönau.

Eine Art Science Center: Vom Urknall, dem Entstehen der Planeten, über die Ägypter und Römer bis in die Neuzeit erfährt man dort alles zum Thema „Energie“



Mit dabei: Der von uns entwickelte MediaGuide, der einem - unterstützt von einer äußerst präzisen Indoor-Ortung - alle Informationen in Audio, Video und interaktiven Spielen näher bringt.

Warum ich aus unserem Portfolio dieses etwas ältere Projekt gewählt habe?
Weil dort die mobile Informationsvermittlung in einem sehr engen Wechselspiel mit der Szenographie steht.



So gibt es zum Beispiel gleich zu Beginn des Rundgangs einen Selfie-Point.
Mit dessen Hilfe kann ich mit dem MediaGuide ein Foto von mir aufnehme.

Diese Foto wird dann über den Server direkt in die Beiträge eingebaut, so dass ich mir beim weiteren Rundgang in den einzelnen Epochen überraschend immer neu begegne:
Wie hier mal als Bäuerin, Polarforscher oder als Nomade.



Ansonsten ist die Führung mit vielen kleinen spielerischen Anwendungen angereichert.
Auch diese interagieren stark mit der Szenographie:
So muss ich zum Beispiel beim rechten Spiel Hieroglyphen entziffern,
die mir den Zugang zu einem sonst verschlossenen Raum in der Ausstellung öffnen.



Da sich die Ausstellung ja dem Thema „Energie“ widmet, kann man auf Trimmrädern Punkte erstrampeln, die man per Klick auf seinen Mediaguide übernehmen kann.

Bei der auf der rechten Seite gezeigten Station kann ich mir auf dem Mobilgerät ein Haus ganz persönlich gestalten und dieses dann im Anschluss auf einen Terminal übertragen.
Aus allen von den Besucher*innen gestalteten Häusern entsteht dadurch eine stetig wachsende Siedlung.



Nachname

Valenzen

Vorname

Nadja

Punktezahl

200

Kommentar

Du bist auf einem guten Weg. Erkunde die SONNENWELT auch nächstes Mal mit wachsamen Augen und du wirst noch viele neue Dinge entdecken.



Wie du in der SONNENWELT gelernt hast, steht es um unser Klima nicht gut und die fossilen Energieträger werden knapper und somit teurer. Wir müssen jetzt daran arbeiten, nicht erst morgen! Und dazu kann jeder Einzelne etwas beitragen! Auch du kannst mithelfen, das Klima zu stabilisieren! In der SONNENWELT hast du dir folgende Vorsätze genommen:

To Dos

1. Ich esse weniger Fleisch und Fisch und mehr Saisongemüse aus biologischer Produktion der Region.
2. Ich mache Urlaub in Österreich und fliege nicht mit dem Flugzeug um die Welt.
3. Ich dusche kurz statt ein Vollbad zu nehmen.
4. Ich trockne die Wäsche an der Luft, nicht mit einem stromfressenden Trockner.
5. Ich fahre Kurzstrecken mit dem Fahrrad.

Und zu guter letzt:

Sobald ich im letzten Ausstellungsbereich angekommen bin, kommt aus einem Farbdrucker mein persönliches Give-Away aus dem Drucker. Von außen gestaltet wie ein Reisepass, erhält das Dokument mein Foto, das von mir entworfene Haus und meine Spielergebnisse.

Historisches Museum Frankfurt



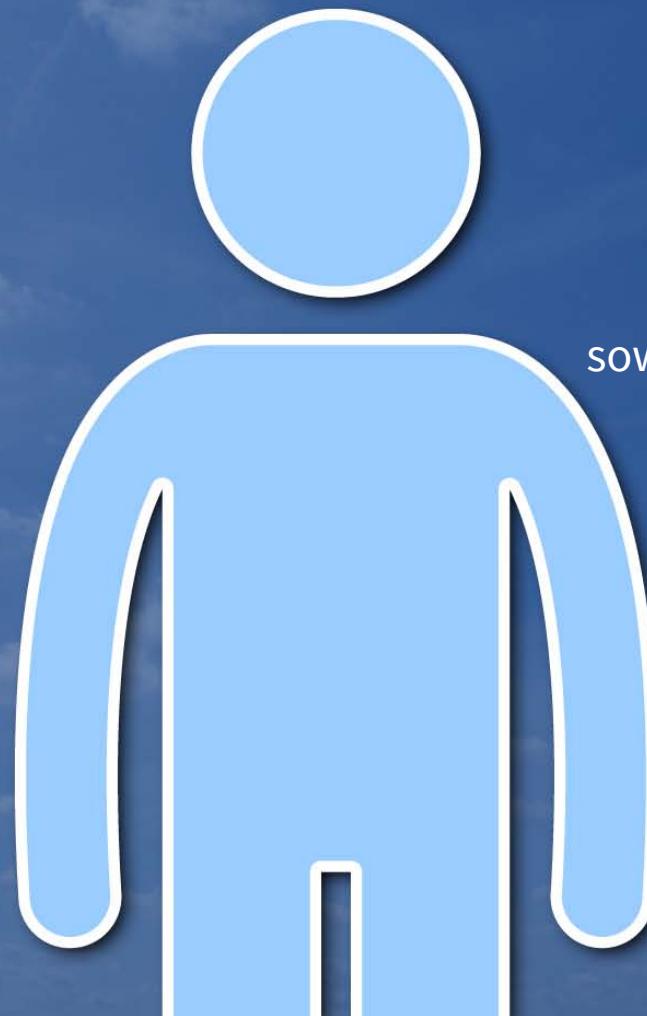
Springen wir nun zu einem anderen Museum:
Dem Historischen Museum in der Stadt Frankfurt.



Auch dort haben wir das mobile Führungssystem entwickelt.

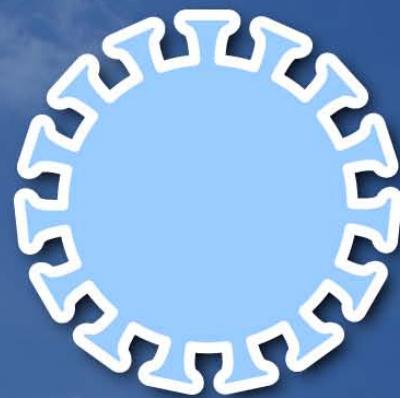
Diesmal als hybride Lösung, die sowohl auf Leihgeräten, als auch auf den Smartphones der Besucher*innen läuft.

Die Navigation erfolgt hier über frei drehbare 360-Grad Ansichten, in denen die Exponate mit weiteren Informationen entsprechend markiert sind. Man kann dabei auch zu anderen Panoramen springen bzw. die gewünschten Informationen abrufen. Das Drehen und Bewegen der Panoramen kann natürlich auch über die Sensorik der Geräte gesteuert werden.



soweit die Vergangenheit...

Okay, soweit also die Vergangenheit...



und heute haben wir Corona

heute haben wir Corona,
was unsere Beziehung auf den Kopf stellt

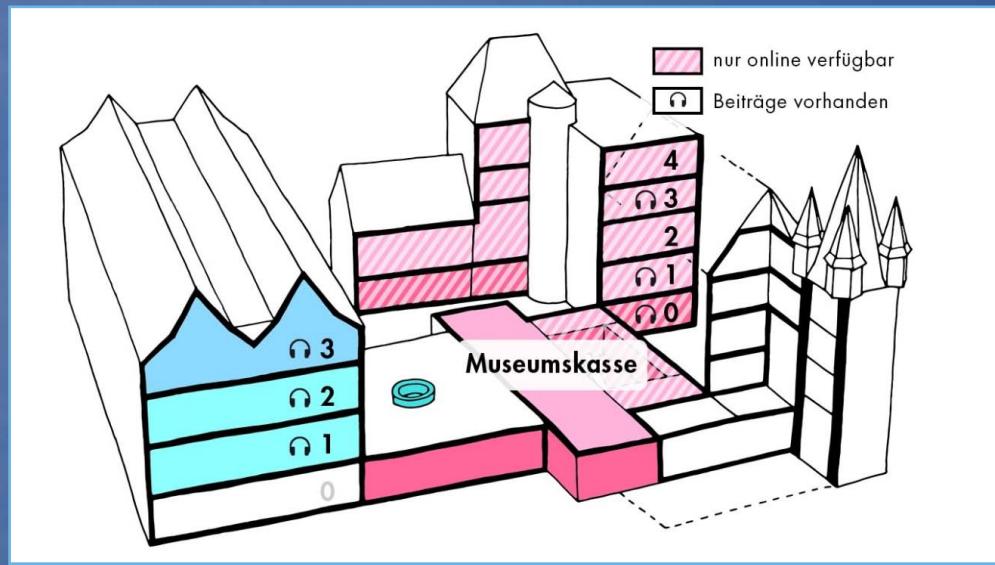


In den letzten Wochen konnten wir vielerorts die massivsten Einschränkungen beobachten.
Und die Beziehung zwischen Publikum und Museum?
Die musste ganz schön leiden...
Denn die üblichen Besuche waren plötzlich nicht mehr möglich.



Aber wenn man nicht zum Museum kann, dann kommt das Museum halt zu einem nach Hause.
So ist das halt bei guten Beziehungen...

Auf den nächsten Folien dazu einige Beispiele:



Hier wieder das Historische Museum in Frankfurt, das aufgrund der beengten Verhältnisse den kompletten Altbau schließen musste (hier rosa markiert).

In kürzester Zeit konnte die mobile Führung adaptiert und online zur Verfügung gestellt werden. Bereiche, die man in real temporär nicht betreten kann, können nun zumindest von zuhause aus virtuell besucht werden.

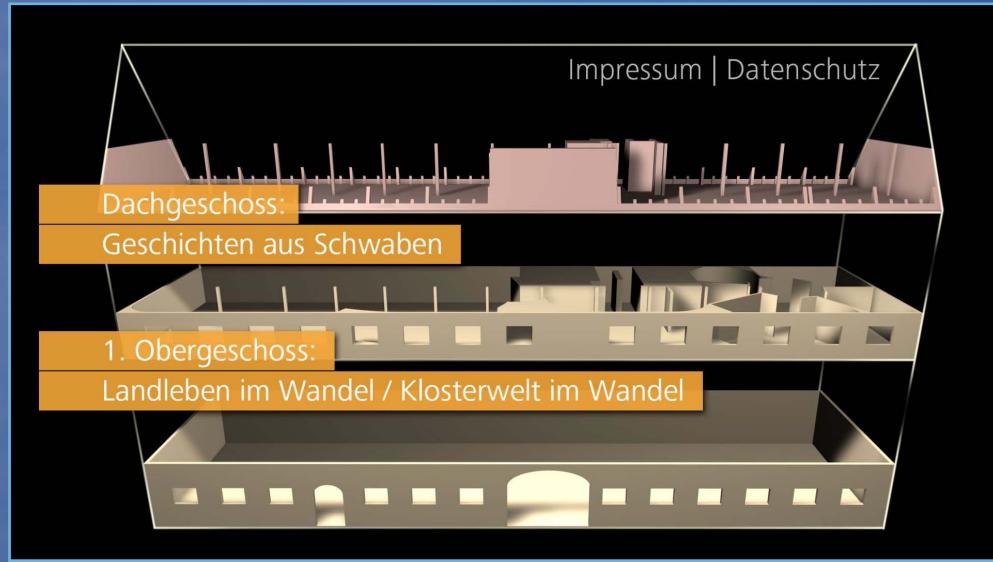
Museum Oberschönenfeld



Ein weiteres Beispiel:
das Museum Oberschönenfeld, ein Heimat- und Klostermuseum im bayerischen Teil Schwabens.
Ein Projekt, dass gerade bei uns in Bearbeitung ist.



Auch hier haben wir in kürzester Zeit die mobile Informationsvermittlung auf eine Webseiten-basierte umgestellt. Man findet auf der Website des Museums nun den Link zum Rundgang.



Danach wählt man die gewünschte Etage und kann dann mithilfe von 360-Grad-Panoramen virtuell durch das Museum wandern.

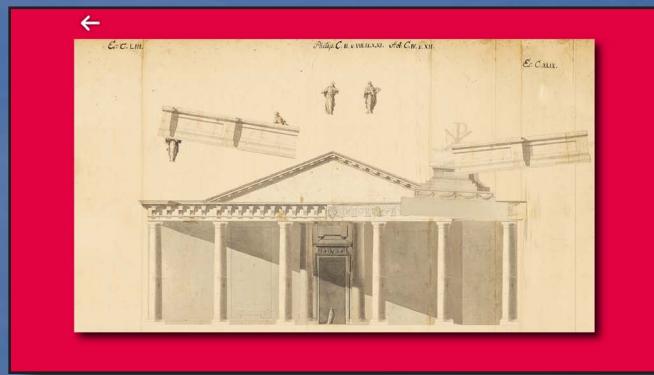
Die Audioproduktion ist bei diesem Projekt zwar noch nicht abgeschlossen, aber die Texte zu den Exponaten können beim Rundgang bereits durchgelesen werden.



Staatliches Museum Schwerin

Von Bayern nun nach Mecklenburg-Vorpommern, genauer gesagt zum Staatlichen Museum Schwerin.
Für dieses Museum hatten wir vor einigen Jahren eine kleine Serie von mobilen Mini-Spielen entwickelt.

Auch hier kam – wie auch bei den anderen eben erwähnten Museen – der Anruf, wie man denn mit der Informationsvermittlung in Zeiten von Museumsschließungen umgehen könnte.



Ganz einfach:

In kürzester Zeit wurde eine kleine Website gelaunched, über die man die Spiele nun vom heimischen PC spielen kann.

Historisches Museum der Pfalz, Speyer



Nun das letzte Beispiel zum Thema Corona-Strategien:
Das historische Museum der Pfalz in Speyer.



Hier hatten wir im letzten Jahr für die „Medicus“-Ausstellung großformatige Medienstationen entwickelt. Dort ging es also nicht um mobile Medien, sondern um mannshohe Bildschirme, auf denen den Besucher*innen beim Parcours durch die Ausstellung sowohl der Medicus, als auch neun weitere Ärzte und Heiler begegnen. Die Interaktion ist folgendermaßen: Ich stehe vor dem Monitor und trete mit meinem Gegenüber in Kontakt. Den Schauspieler haben wir vor greenscreen gefilmt und dann in eine eigene digitale Umgebung hineinmontiert



Zwischendurch kann ich dann über ein kleines Panel Antworten geben.
Oder wie in diesem Fall auswählen, für welches Leid ich Linderung erfahren möchte. Je nachdem was ich ausgewählt habe, erfolgt dann eine individuelle Antwort meines Gegenübers. Auf diese Weise entsteht ein interaktiver Film. Insgesamt mehr als 100 Film-Schnippsel wurden produziert, die in Abhängigkeit der Antworten verknüpft sind.

Da in der heutigen Zeit niemand gerne touchscreen berührt, überlegen wir mit dem Kunden gerade, die Anwendung auf eine Smartphone-basierte Bedienung umzubauen.



und warum geht das so einfach?

Vier Schlaglichter auf Projekte, die mit nur geringen Umstellungen neue Kommunikationskanäle erschließen können.



und warum geht das so einfach?

Weil Web-Technologien eingesetzt
wurden!

Zum Beispiel:
Web-App anstatt nativer App

Ganz einfach, weil schon zuvor – also noch bevor es Corona gab – darauf geachtet wurde, Web-Technologien einzusetzen.

Gerade bei den mobilen Lösungen propagieren wir daher – sofern nichts dagegen spricht – zum Beispiel so genannte „progressive WebApps“ anstatt nativer Apps einzusetzen. Äußerlich unterscheiden sich beide Ansätze so gut wie gar nicht voneinander, aber da eine WebApp browserbasiert ist, kann ich mühelos einen zusätzlichen Ausgabekanal schaffen. Wie gesagt – soweit keine funktionalen Anforderungen dagegen sprechen.



Zurück zu unserem Pärchen und zu einer weiteren Beziehungs-Frage.

Was zeichnet eine gute Beziehung aus?

Zum Beispiel, wenn sich beide Partner auf Augenhöhe begegnen. Im Museumsszenario kann das zum Beispiel die Richtung der Informationsvermittlung betreffen. Denn warum muss immer das Museum die Informationen bereit stellen? Wie kann man einen Rück-Kanal schaffen, der es ermöglicht, dass auch die Besucherinnen und Besucher ihre Sicht der Dinge vermitteln können?

LWL Industriemuseum Dortmund



Besuchen wir dazu das LWL Industriemuseum in Dortmund.

Dort lief im letzten Jahr die Ausstellung „Alles nur geklaut“.

Diese wurde begleitet von einem recht umfangreichen museumspädagogischen Programm.

Das **Wissenskaleidoskop**

MINE VS. YOURS ▾ COPY AND PASTE ▾ FAKE VS. REAL ▾

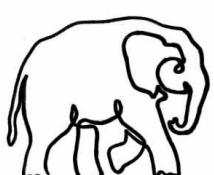
Das Wissenskaleidoskop / Mine vs. Yours / Seifmade Fake?

SELFMADE FAKE?

Besitzt oder kennst du Kunst, die von einem berühmten Kunstwerk "abgeguckt" oder "inspiriert" ist? Wenn ja, teile diese mit uns! Wenn nein, schnapp dir Pinsel und Farbe!

► GALERIE
► BEITRAG VORSCHLAGEN

GALERIE



Wir setzen Cookies ein, um Ihnen eine optimale Nutzung der Seiten zu ermöglichen. Wir verwenden sie auch zur Erfassung und Analyse verschiedener statistischer Daten. Mit der weiteren Nutzung unserer Website stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu. Weitere Informationen erhalten Sie in unserer Datenschutzerklärung [Schließen](#)

Dazu haben wir noch eine kleine Website entwickelt.

Mit deren Hilfe konnten Kinder und Jugendliche ihre in der Auseinandersetzung mit der Ausstellung entstandenen Kunstwerke veröffentlichen.

Zu verschiedenen thematischen Fragestellungen konnten so eigene Galerien auf Basis von „user generated content“ aufgebaut werden.

Bundesverband Museumspädagogik

Website „MuseobilBox“



Hier noch schnell ein weiteres Beispiel zum Thema „user generated content“
Das leider mittlerweile beendete „MuseoBilbox“-Projekt vom Bundesverband Museumspädagogik.
Einige von Ihnen werden das Projekt vielleicht kennen gelernt haben:
Schülerinnen und Schüler konnten im Rahmen eines museumspädagogischen Programms aus standariserten, vorgefertigten Pappboxen ihren eigenen kleinen Ausstellungsraum basteln.

Bundesverband Museumspädagogik

Website „MuseobilBox“

The screenshot shows the homepage of the MuseobilBox website. At the top left is the logo "MUSEOBIL BOX" with the tagline "Museum zum Selbermachen". To the right is a search bar with the placeholder "Suchen ...". Below the search bar are three purple buttons: "Galerie" (with a blue cube icon), "Karte" (with a red location pin icon), and "Projekt" (with an orange document icon). A speech bubble on the left says "IN HUNDEJAHREN IST ER G". Below the header is a section titled "Grenze deine Suche ein" with dropdown menus for "Datum", "Bundesland", "Tags", "Alter", "Museum", and "Video/Audio". There is also a "Suchbegriff" input field and a "Filtern" button. Below this is a grid of four sample artworks, each in a white frame:

- A landscape painting with trees and a fox.
- A colorful painting featuring a pink character, a rainbow, and a lollipop.
- A scene with a pink castle-like structure, a rainbow, and a small figure.
- A beach scene with a sun, a ball, and a small figure.

Ein Projekt, dessen große Kreativität vor allem dann nachvollziehen werden kann, wenn man die Vielfalt der Arbeitsergebnisse sammeln und betrachten kann.

Auch hier war unsere Aufgabe also ebenfalls, einen Rückkanal zum Upload der eigenen Arbeiten zu schaffen und eine Kommunikations-Plattform zu realisieren, über die man Ergebnisse publizieren und natürlich auch durchsuchen kann.



Kommen wir nun zur letzten Beziehungskiste...
Denn so schön die Idee auch ist.
Besucht uns das Museum denn wirklich zu Hause?



Oder ist es nicht doch eher so eine Art Fernbeziehung.
Das Museum kommt nicht bei mir vorbei, sondern kommuniziert mit mir nur über das Internet?

Wobei die Idee eines realen Besuchs ja bestechend ist.
Wie wäre es, wenn das Museum tatsächlich persönlich bei mir vorbeischauen würde?

Kunsthalle Bremen

Serious Game „vom fehlenden Fisch“



Ein Gedanke, den wir mit der Kunsthalle Bremen weiter gesponnen haben.
Für das gemeinsam entwickelte Computerspiel hatten wir zuvor den Deutschen Computerspielpreis gewonnen - eine Auszeichnung, die mit einem gut dotierten Preisgeld verbunden ist.
Dieses wurde dann in ein neues Vorhaben investiert:



Das Museum kommt zwar nicht nach Hause, aber zumindest in die Schule.



Die museums pädagogische Maßnahme wendet sich an Schulklassen, die ein mehrwöchiges gemeinsames Programm durchlaufen. Die Kooperation beginnt mit der Kontakt aufnahme einer Schule, zum Beispiel über die Website der Kunsthalle.



Anschließend besucht die teilnehmende Schulklasse die Kunsthalle.
Die Schülerinnen und Schüler erfahren Wissenswertes über die ausgestellten Werke und können sich ein
Gemälde auswählen, mit dem sie im Projekt weiter arbeiten wollen.



Weiterhin erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zusätzliches Material in Form von Texten, Audio und Video-Dateien.

Viel wichtiger: Sie werden ermuntert, selbst Material zu erstellen. Das passende Werkzeug haben Sie in den meisten Fällen in der Hosentasche: Denn mit einem Smartphone können sie Texte schreiben, Film- und Tonaufnahmen machen.



In den folgenden 2-3 Wochen erstellen sie mithilfe unseres Redaktionssystems „additor“ aus den erhaltenen und selbst entwickelten Inhalten ihre eigenen, multimedialen Beiträge.



Die erstellten Ergebnisse können dann bei einem abschließenden Besuch der Kunsthalle im Angesicht der realen Exponate ausprobiert werden. Die Beiträge werden zu diesem Zweck auf das im Museum vorhandene MediaGuide-System übertragen. Da bei diesem Besuch eine Klasse der darunterliegenden Jahrgangsstufe dabei ist, werden diese zugleich für die Teilnahme am folgenden Projektdurchlauf begeistert.



Die Ergebnisse waren begeisternd:

Die Schülerinnen und Schüler haben ganz andere, unerwartete Ansätze gefunden und die Kunstwerke in einen direkten Bezug zu ihrem eigenen Leben gestellt. Es wurden Gedichte geschrieben, die Gemälde vertont oder auch eigene musikalische Interpretationen erstellt.



auf diesen Gemälden. Die See wurde niemals für sich selbst gezeigt, was bis zum 19. Jahrhundert (Romantik) noch so geblieben ist.



Ludolf Backhuysen:
"Marine (Niederländische Fregatte mit einem Nachen im Schlepptau)" um 1680/90.

Im Vordergrund standen eben nicht Angaben zum Künstler oder zu Stilmitteln, sondern der Bezug zum eigenen Leben.

So konfrontierte eine Teilnehmerin ihre Geschwister mit dem Bild „das Kind und der Tod und interviewte sie zu deren Gefühlen beim Betrachten des Bildes.

Ein Mitschüler war hingegen von einem Marinebild so begeistert, dass er am Meer eigene Gedichte rezitierte und musizierte.

Vielen Dank!

Jörg Engster

xpedeo mediaguides / die Informationsgesellschaft mbH

www.xpedeo.de

www.informationsgesellschaft.com

engster@informationsgesellschaft.com

+49 (0)421 · 17 88 90

Bornstraße 12-13 · D-28195 Bremen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Bei Fragen, Anmerkungen oder Ideen freue ich mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Jörg Engster

xpedeo mediaguides / die Informationsgesellschaft mbH

www.xpedeo.de / www.informationsgesellschaft.com

engster@informationsgesellschaft.com / +49 (0)421-178890