

Museumsportal Berlin

Ziele und Erfahrungen

museums and the internet - Tagung Berlin 18./19.Mai 2006



Eva Emenlauer-Blömers

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen/ Projekt Zukunft



projektzukunft

„Projekt Zukunft“ – Ziele für Berlin

- **Modernisierung aller Bereiche - von Wirtschaft über Verwaltung bis zur Kultur**
- **Förderung der Medien- und Kommunikationswirtschaft als neuer Wachstumsbranche**

„Projekt Zukunft“ – Konzept und Strategie

- **inhaltlich:**
Konzentration auf strategische Aktionsfelder (Stärken-Schwächen-Analyse)
- **methodisch:**
Bildung von Netzwerken und ppp

Netzwerk Projekt Zukunft



Die Ergebnisse bis heute...

vom

Berliner Weg in die Informationsgesellschaft

zu

Berlin in der Informationsgesellschaft

Berlin – Stadt der Medien und Kommunikation ...

2003

10.600 Unternehmen

Mit 11 Mrd. € Umsatz

Über 125.000 Beschäftigte

Neue Branchen

(MM, Dotcom, Serviceprovider, Callcenter...)

1997

7.700 + 37%

9 Mrd.€ + 22%

70.000 + 78%

... und **Kulturwirtschaft**

19.000 Unternehmen 90.000 Beschäftigten (nur svpfl.) 18 Mrd. € Umsatz

(hohe Überschneidung zw. Medien-, Kommunikations- und Kulturwirtschaft)

Bedeutung von Kunst und Kultur in der Landesinitiative

- **Kunst und Kultur: wesentliche Faktoren der Gesellschaft (und Wertschöpfungskette)**
- **„content“ ist Voraussetzung für die Informationsgesellschaft**
- **Gründung der Kulturwirtschaftsinitiative (SenWAF und SenWFK)**

Projekt Museumportal Berlin

Potenzial: über 200 Museen, Sammlungen, Archive, Bibliotheken, über 400 Galerien

Ziel: Erschließung dieses Potenzials

- weltweit darstellen und anbieten
- globale Nachfrage anregen – Besucherzahlen erhöhen
- für die kulturelle und wirtschaftliche Entwicklung der Stadt nutzen
- Mehrwert gegenüber Einzelauftritten erzeugen

Öffentliche Ausschreibung zur Konzeptentwicklung eines Museumsportals

Voraussetzungen:

- Portalbetrieb wirtschaftlich selbsttragend
- Entwicklung im Dialog mit den Museen
- Finden eines Betreibers

Anforderungen:

- Bestandserhebung
(Befragung aller Museen und Experteninterviews)
- Best practice – Analyse anderer Portale
- Konzeption des Portals bis zur Umsetzungsreife

Ergebnisse

- **Beteiligung an Befragung: 74% der Museen (+Experteninterviews)**
- **Museen bekunden sehr großes Interesse an einem gemeinsamen Portal**
- **Fast alle Museen signalisieren die Bereitschaft zu aktiver Beteiligung am Aufbau und Betrieb des Portals**
- **42 % der Museen sind der Ansicht, dass ihre Internetpräsenz große Auswirkungen auf die Neugewinnung von Besuchern hat**
- **60 % erwarten eine größere (überregionale) Wahrnehmung in der Öffentlichkeit durch das Portal**
- **83 % erwarten ein besseres Erreichen von Touristen mit Hilfe des Portals**
- **Die Bündelung und Vernetzung der Berliner Museumslandschaft wird als große Chance bewertet**

Ergebnisse

Gewünschte Portalinhalte

- **Darstellung der Museen nach Themen
(92 % wichtig bis sehr wichtig)**
- **Informationen zu aktuellen Ausstellungen
(80 % wichtig bis sehr wichtig)**
- **Informations- und Servicebereiche für bestimmte Zielgruppen
z. B. Touristen (73 % wichtig bis sehr wichtig)**
- **Redaktioneller Bereich
z. B. Individualisierte E-Mail-Benachrichtigung
(63 % wichtig bis sehr wichtig)**

Ergebnisse

Finanzierung

- **Einverständnis der Museen zur Präsenz museumsnaher Unternehmen auf dem Portal**
 - Ja 51%
 - Nein 35%
 - Keine Angabe 14%
- **Einverständnis zur Präsenz rein kommerzieller Unternehmen auf dem Portal**
 - Ja 39%
 - Nein 56%
 - Keine Angabe 6%

Ergebnisse

Finanzierung (Experteninterviews)

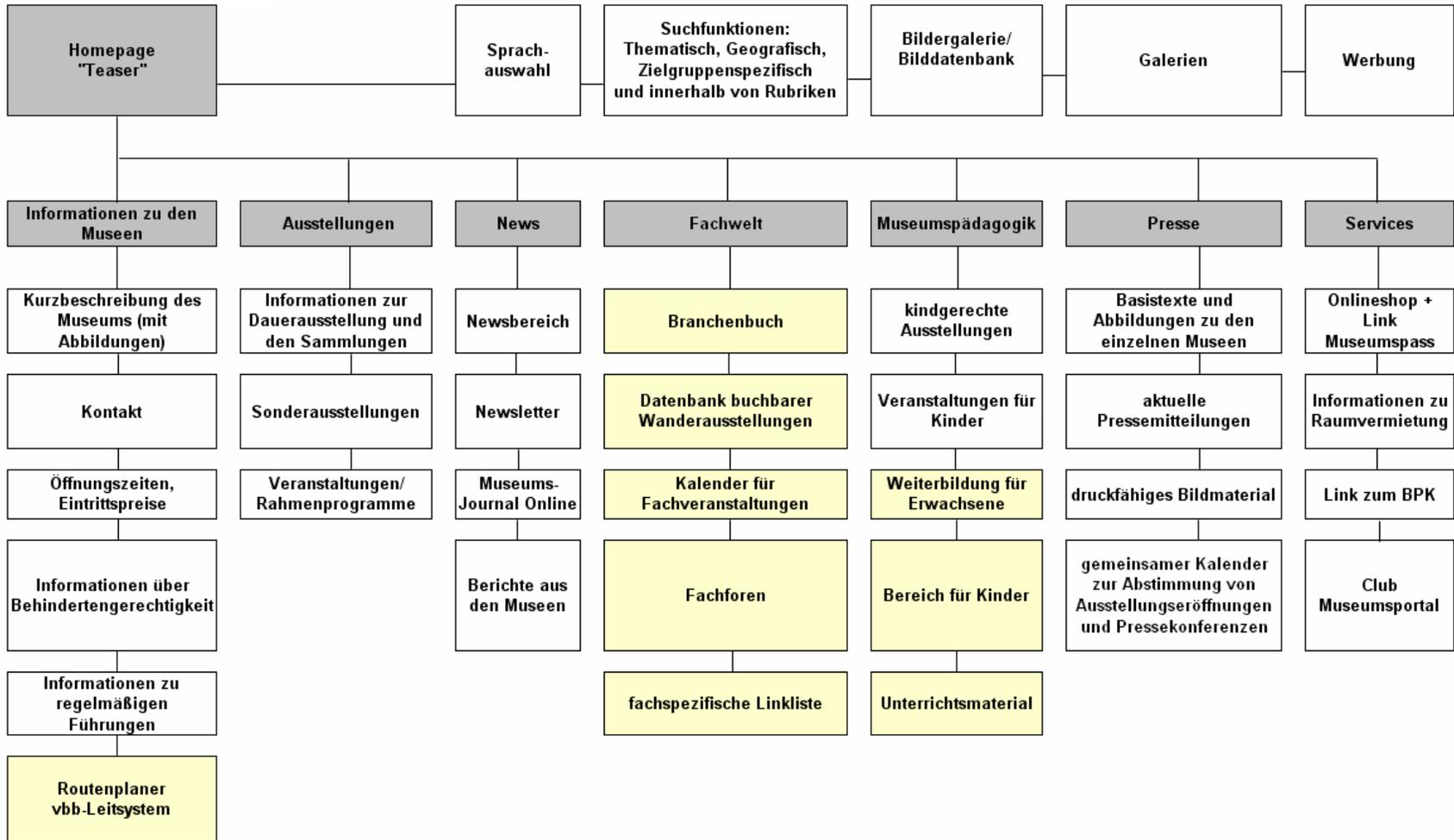
- **Einschätzung: Refinanzierung durch Eigeneinnahmen oder Sponsoren in naher Zukunft unrealistisch**
- **Nicht über Eigenmittel der Museen**
- **Anfangsfinanzierung durch öffentlich Hand notwendig**
- **Nur Teil der Kosten kann durch Eigeneinnahmen (z.B. Online-Verkauf von Museumsprodukten) gedeckt werden**

Ergebnisse

Best practice-Analyse

Untersuchung von 67 Museumsportalen (weltweit) und 5 allgem. Kunst- und Kulturportalen

- **Gute Portale sind aus Zusammenschluss von mehreren Akteuren entstanden und über längeren Zeitraum gewachsen**
- **Kein Museumsportal (mit Anspruch auf Vollständigkeit) ohne öffentliche Finanzierung**
- **Kein „Vorbild“ für das geplante Berliner Museumsportal gefunden**



Fazit der Konzeptphase

Positiv:

- **Gute Bestandsaufnahme über Ausgangssituation der Berliner Museen**
- **Rohkonzept und technisches Pflichtenheft**
- **Akzeptanz der Museen und Bereitschaft zur Mitwirkung**

Negativ:

- **Kein übertragbares Best practice - Modell vorhanden**
- **Kein konsensfähiges wirtschaftliches Konzept entwickelt**
- **Keinen Betreiber gefunden**

Ausschreibung „Erstellung und Betrieb des Museumsportals Berlin“

Leistungsanforderungen

- **Erstellung des Portals**
 - Sicherung des Portalbetriebs (mind. 5 Jahre)
 - Technik (Hosting und Wartung)
 - Organisation
 - Kommunikation u. Koop. mit den Museen u.a. Partnern
Sicherung der Vollständigkeit, Aktualität, Attraktivität
 - **Sicherung der Wirtschaftlichkeit**
 - Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells
 - Erzielung von Einnahmen durch Partner
 - Entwicklung von Dienstleistungen spez. für das Portal
 - **Weiterentwicklung des Portals (Umfang und Qualität)**
-

Netzwerk der Partner

- Sen Wirtschaft, Arbeit und Frauen
- Sen Wissenschaft, Forschung und Kultur
- Landesverband der Museen (+ Museen einzeln)
- Berliner Kultur-und Veranstaltungs gGmbH/
Museumspädagogischer Dienst
- Berlin Tourismus GmbH
- Berliner Galerien

Geschäftsstelle Projekt Zukunft

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen
Projekt Zukunft
Martin Luther-Str. 105
10825 Berlin

Eva Emenlauer-Blömers

Tel./Fax: 030 / 9013 – 7404 / - 7478

E-Mail: projektzukunft@senwaf.verwalt-berlin.de

Web: www.projektzukunft.berlin.de

**Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2006
am 18./19. Mai 2006 in der Berlinischen Galerie – Landesmuseum für Moderne
Kunst, Fotografie und Architektur**

**Die Tagung wurde veranstaltet durch das
Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND**

Weitere Informationen unter:

<http://www.mai-tagung.de>

Anmeldung für den Newsletter:

<http://www.mai-tagung.de/MAI-Ling>



MAI-Ling®
<http://www.mai-tagung.de>