

Einleitung

Seit Mitte des Jahres 2005 werden vorwiegend von US-amerikanischen Kunstmuseen Podcasts produziert und auf Museumswebseiten und in Podcastverzeichnissen publiziert. Doch auch deutsche Kunstmuseen, wie die Neue Nationalgalerie in Berlin¹, haben das Potential von Podcasting erkannt und integrieren das Medium in ihre museale Vermittlungsarbeit.

„Podcasting gives any museum the ability to create audio experiences with minimal cost. A podcast can be created in-house with an Apple laptop and some creativity. Gone are the days of having to hire expensive audio firms to produce content. It opens up a whole new way for smaller museum to reach out to the global community and make a name for itself.“²

Der Praxisleitfaden soll Museumsmitarbeitern als Orientierungshilfe dienen, die eigenständig einen Podcast produzieren möchten. Zunächst lassen sich anhand eines Fragenkataloges die Grundlagen für einen Podcasteinsatz ermitteln. Danach wird in einfachen Schritten die technische Seite einer Podcastproduktion erklärt.

Bevor ein Museumpodcast produziert wird, sollte seitens des Museums der Bedarf des Mediums möglichst durch Besucherbefragungen und/oder einer Analyse des vorhandenen Vermittlungskonzeptes geprüft werden. Es ist notwendig, frühzeitig ein Projektteam und/oder einen Projektleiter zu bestimmen. Eine grundlegende Frage, die sich das Museum zu Beginn stellen sollte, lautet: Möchte ich den Podcast im Haus produzieren, oder soll ein professioneller Anbieter diese Aufgabe für mich übernehmen? Ist diese Frage geklärt, muss ein realistischer Zeitplan aufgestellt werden. Von der Idee bis zur endgültigen Veröffentlichung eines Museumpodcasts können in beiden Fällen gut zwei Monate vergehen. Eine optimale Voraussetzung für die Produktion im Haus ist, wenn sich der verantwortliche Mitarbeiter bereits in die Technik eingearbeitet hat und die notwendige Grundausstattung vorhanden ist.

¹ Die Podcasts „Melancholie. Genie und Wahnsinn in der Kunst“ und „Wer ist der schönste Franzose von allen?“ wurden vom Audioguideanbieter Antenna Audio GmbH produziert.

Außerdem bieten u.a. folgende deutsche Kunstmuseen Podcasts an: Hamburger Kunsthalle, Museum Abteiberg Mönchengladbach, Museum für Konkrete Kunst Ingolstadt, Museum Ludwig Köln und die Staatsgalerie Stuttgart.

² Auszug eines Fragebogens zum Podcasteinsatz; zitiert aus: Wicke, Constanze (2007): Das Museum als Sender. Podcasting als neue Form musealer Kommunikation. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH).

Fragenkatalog

1. **Welche Zielgruppe(n) soll mit dem Podcast angesprochen werden?**
 - Kinder; Jugendliche (Schüler)
 - 20- bis 35-jährige (laut Podcaststudien³ die Zielgruppe von Podcasts)
 - 35- bis 50-jährige
 - ab 55-jährige
 - anderer Zielgruppen mit speziellen Bedürfnissen
2. **Kann die gewählte Zielgruppe über das Medium erreicht werden?**
 - Analyse existierender Studien über das Mediennutzungsverhalten der zu erreichenden Besuchergruppe und Kenntnissen aus der Praxis
 - Erfahrungsaustausch mit Museen, die bereits Podcasts anbieten
3. **Wer soll den Podcast produzieren?**
 - Mitarbeiter des Hauses
 - freie Mitarbeiter (Studenten; andere freie Mitarbeiter)
 - Kooperationsprojekt (Podcastproduktion in Zusammenarbeit mit Schülern/Jugendlichen; Podcastproduktion durch Studenten; Podcastproduktion durch lokalen Radio- / Fernsehsender; andere Kooperationsprojekte)
 - professionelle Anbieter (Audioguideunternehmen; andere professionelle Anbieter)
4. **Welche Form soll der Podcast haben?**
 - Audio Podcast
 - Enhanced Podcast (zusätzlich eingefügte Bilder und/oder Texte)
 - Video Podcast (auch Vodcast genannt)
5. **Welche thematische Ausrichtung soll der Podcast haben?**
 - Hintergrundinformationen zum Haus (Geschichte, Architektur etc.)
 - Kontextinformationen zur Sammlung des Hauses oder ausgewählten Künstlern bzw. Sammlungsobjekten
 - Informationen zur Ausstellungsthematik (Dauer- und/oder Sonderausstellungen)
 - weitere Themen
6. **Welches Format soll der Podcast haben?**
 - Audioführung (punktuell oder linear)
 - Aufnahmen von Vorträgen, Symposien, Lesungen und anderen Veranstaltungen
 - Interviews mit Künstlern, Kuratoren, Sammlern, Philosophen, Architekten und anderen Personen
 - Aufnahme einer konzertanten Aufführung im Haus; eigens für einzelne Objekte komponierte (kurze) Musikstücke
 - Rezeption von Gedichten, die auf Werke der Sammlung Bezug nehmen
 - Besucherpodcast: z.B. Umfragen („Vox Pops“) unter Besuchern
 - Featureähnlicher Podcast (inklusive Musik, Interviews etc.)
7. **Welche Inhalte sollen in den Podcast integriert werden?**
 - bereits existierende Inhalte wie z.B. O-Töne, existierende Audioführung (Vorsicht: Nutzungsrechte klären), Musikaufnahmen
 - neu produzierte Inhalte
8. **Können Sponsoren für den Podcast gewonnen werden?**
 - Kontaktaufnahme zu Unternehmen etc.

³ Laut ARD/ZDF-Online-Studie 2006 beziehen erst 6 Prozent aller Onlinenutzer regelmäßig oder sporadisch Audio Podcasts und 3 Prozent Video Podcasts. Die Podcastnutzer sind dabei überwiegend Männer (Fisch/Gscheidle 2006: 434). Auch eine Studie von House of Research belegt, dass annähernd 70 Prozent der Podcastnutzer unter 40 Jahre alt sind und zu etwa 75 Prozent männlich (Breßler/Martens 2007).

9. Welche Marketingmaßnahmen sollen im Vorfeld getroffen werden?

- Hinweis auf Podcastproduktion z.B. in Publikationen des Hauses wie Broschüren, Webseite, Newsletter, Blogs etc.

10. Wer soll den Podcast „moderieren“?

- Mitarbeiter des Hauses
 professionelle Sprecher (z.B. Radiojournalisten, Schauspieler)

11. In welcher/n Sprache/n soll der Podcast produziert werden?

12. Welche Länge soll der Podcast haben?

empfohlene Richtwerte:

- punktuelle Audioführung: 1 bis 3 Minuten (max. 5 Minuten)
 featureähnlicher Museumspodcast: optimal 7 bis 20 Minuten
 Interviews (ohne Musikeinspielungen): 8 bis 15 Minuten

13. Nach Klärung der grundlegenden Fragen folgt die inhaltliche Konzeption des Podcasts:

- Podcastformat festlegen (siehe Checkliste für ausgewählte Podcastformate)

Ausrichtung	Erkennungszeichen	Intro/Outro	Musik
Audioführung (linear oder punktuell)	(X) ⁴		(X)
Interviews (mit Künstlern, Kuratoren, Schriftstellern etc.)	X	X	(X)
Hintergrundinformationen (z.B. Haus, Sammlung, Objekte etc.)	X	X	(X)
Aufnahmen von Lesungen, Symposien, Vorträge etc.	(X)	X	
featureähnlicher Museumspodcast	X	X	X
Musikpodcast	(X)	X	
Besucherpodcast (Umfragen etc.)	(X)	X	(X)

Tabelle: Checkliste für ausgewählte Podcastformate

- grobe inhaltliche Skizzierung des Themas
 Literaturrecherche / Zusammenarbeit mit Kuratoren

14. weitere praktische Hinweise

- Falls Experten (Interviewpartner u.a.) für den Podcast gewonnen werden können, müssen Terminabsprachen getroffen werden.
 (Audio)Texte schreiben: Der Schreibstil sollte in Abhängigkeit vom Podcastformat gewählt werden. Werden in einer Podcastepisode z.B. Kontextinformationen zu ausgewählten Objekten gegeben, sollte ein sachlicher Schreibstil gewählt werden. Bei featureähnlichen Museumspodcasts ist ein narrativer Schreibstil zu bevorzugen. Prinzipiell ist zu beachten, dass der Hörer angesprochen und unterhalten werden soll. Also keine wissenschaftlichen Katalogtexte für den Podcast verwenden.
 Der Text des Podcasts muss transkribiert und archiviert werden.
 Die Aufnahme sollte an einem ruhigen Ort erfolgen, um Störgeräusche zu vermeiden. Gravierende Störgeräusche, wie bei Aufnahmen an belebten Orten (z.B. Vortragssaal), können aber nachträglich noch retuschiert werden.
 Es sollten regelmäßig neue Podcastepisoden veröffentlicht werden, um eine dauerhafte Beziehung zu den Podcastnutzern und (potentiellen) Besuchern aufbauen zu können.

⁴ Erklärung: (X) = Feature wird empfohlen, ist aber nicht zwingend notwendig; X = Feature sollte verwendet werden

Die Produktion eines Podcasts

Folgend werden technische Grundlagen für die Podcastproduktion zusammengefasst.

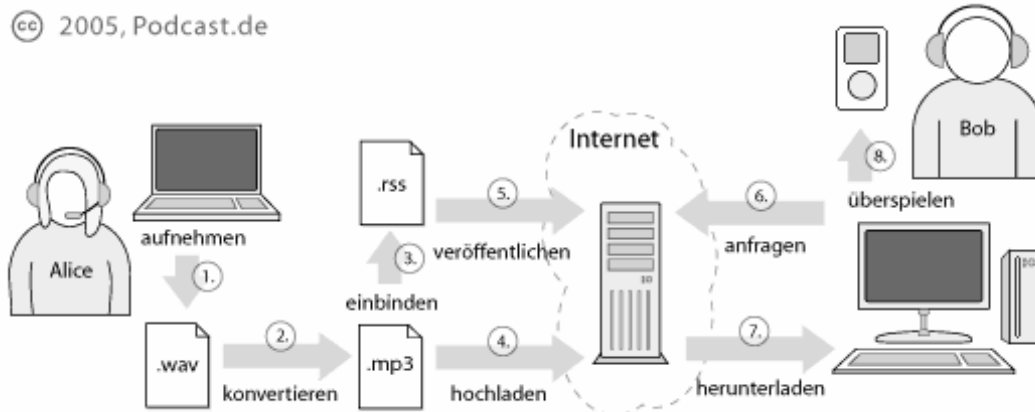


Abbildung: Podcasting - Schritt für Schritt⁵

1. Grundausrüstung für die Produktion von Audio Podcasts

Zur Grundausrüstung gehört bei der Produktion eines Audio Podcasts ein Computer oder Notebook, ein Aufnahmesystem (z.B. Computer mit Audio-Software, MP3-Player oder MiniDisc-Recorder mit möglichst hoher Bitrate), ein Mischpult, ein Mikrofon (mit Schaumstoffkappe als Poppschutz und Mikrofonständer)⁶, das an dem Mischpult oder PC angeschlossen werden kann, eine Software zum Aufzeichnen von Podcasts, sowie Kopfhörer, die während der Aufnahme getragen werden sollten.⁷

2. Software zum Aufzeichnen von Podcasts

Für die komfortable Verwaltung und Organisation der Mediendaten (hier Audio- und Videodateien) muss eine Podcastsoftware gewählt werden. Dem Podcastproduzenten steht ein umfangreiches Angebot (kostenloser sowie kostenpflichtiger) Software zum Aufzeichnen von Podcasts zur Verfügung.

Eine Auswahl beliebter Podcastsoftware:

- GarageBand 3⁸ von Apple ist Bestandteil des iLife Paketes und wird bei neueren Macintoshs kostenlos mitgeliefert. Ein Vorteil ist, dass die Software (ab Version 3.0), speziell für Podcasting entwickelte Funktionen, wie Kapitelunterteilungen und Zuweisungen von Bildmaterialien, besitzt. Ein Nachteil ist, dass die Software nur bei Apple-Computern unter Mac OS X installiert werden kann.
- Audacity⁹ zählt aufgrund ihrer einfachen Bedienbarkeit und kostenlosen Verfügbarkeit zu der beliebtesten Software zum Podcasten. Die Software ist plattformübergreifend (für OSX und Windows) verfügbar.

⁵ Abbildung abrufbar unter: <http://www.podcast.de/podcasting/schritt-fuer-schritt-erklart/>

⁶ Viele Notebooks verfügen bereits über ein eingebautes Mikrofon.

⁷ Unternehmen, wie die Firma Thomann (<http://www.thomann.de/>) und die Firma Behringer (<http://www.behringer.com/>) bieten Komplettpakete für Podcaster an.

⁸ <http://www.apple.com/ilife/garageband/>

⁹ <http://www.audacity.de/>

3. gängige Dateiformate für Podcasts

bei Audio Podcasts:

- MP3-Format (entweder Original-Variante (Fraunhofer) oder Open-Source-Variante LAME); Vorteil: läuft auf allen mobilen Endgeräten und Computern; Nachteil: schlechtere Klangqualität als beim AAC-Format

bei Enhanced Podcasts:

- AAC-Format (Advanced Audio Coding); Vorteil: bessere Klangqualität; Nachteil: bislang nur über Apple-Produkte abspielbar (iTunes; iPod)

bei Video Podcasts:

- MPEG-4-Format; Vorteil: bei großen Auflösungen ideal
- MPEG-4 AVC (Advanced Video Codec); Vorteil: bessere Qualität als beim MPEG-4-Format; Nachteil: hohe Anforderungen an Abspielgeräte
- WMV (Windows Media Video); Vorteil: wird mit Windows ausgeliefert; Nachteil: schlechte Ergebnisse bei Apple-Produkten

4. Veröffentlichung

Veröffentlichung auf der eigenen Museumswebseite (Webspace)

Der Podcast sollte auf der Museumswebseite eingestellt werden und dort als Link abrufbar sein. Der Podcast kann mit speziellen Content-Management-Systemen, wie Loudblog¹⁰ oder podblogger¹¹ verwaltet werden.

Eintrag in Podcastverzeichnisse

Der Podcast sollte in mehreren Podcastverzeichnissen gleichzeitig geschaltet werden, um möglichst viele Interessenten zu erreichen. Damit der Podcast einfach gefunden werden kann, müssen aussagekräftige Schlagworte (wie Name des Museums etc.) vergeben werden.

Neben der ausführlichen Beschriftung des Podcasts, sollte ebenfalls eine kurze inhaltliche Zusammenfassung zu jeder Episode erstellt werden.

Auswahl gängiger deutschsprachiger Podcastverzeichnisse: iTunes, podster.de, podcast.de, podlog.de und dopcast.de

Außerdem empfiehlt sich bei Museumspodcasts die Veröffentlichung auf der Plattform museum-pods.com, auf der neben Podcasts auch Blogs hochgeladen werden können.

5. weitere praktische Hinweise

Bei der Integration „fremder“ Musikaufnahmen müssen die Nutzungsrechte geklärt werden. Ob die verwendeten Musikstücke urheberrechtlich geschützt sind, kann bei der GEMA (Gesellschaft für Musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) durch eine Suchmaske erfragt werden.¹² „Gemafreie“ Musik lässt sich in mehreren Musiknetzwerken finden und kann von dort heruntergeladen werden. Bekannte Musiknetzwerke sind: Podsafe Music Network¹³ oder GarageBand.¹⁴ Bei beiden Netzwerken wird angegeben, ob die Musik „podsafe“ ist und somit genutzt werden kann. Aber auch über Portale wie MySpace¹⁵ können Künstler auf direktem Weg nach der Nutzung ihre Musikwerke gefragt werden.

Der sicherste Weg bei der Nutzung von Musikstücken ist, wenn das Museum den direkten Kontakt zu Musikern oder Sounddesignern aufnimmt. Auch kann der Museumspodcast beispielsweise Musikstudenten eine Plattform bieten. Kontakte können über Hochschulen und Universitäten aufgebaut werden. Auch bei der Integration von Bildern (Enhanced Podcasts und Video Podcasts) müssen die Verwendungsrechte geklärt sein. Falls die Bildrechte nicht vorliegen, sollte das Museum die Rechte über die Verwertungsgesellschaft BILD-KUNST¹⁶ erfragen.

Möchte man im Podcast Passagen aus veröffentlichten Schriften zitieren, müssen die Rechte bei der Verwertungsgesellschaft WORT¹⁷ erfragt werden.

¹⁰ <http://www.loudblog.com/>

¹¹ <http://www.rotzoll.de/podblogger/>

¹² <http://www.gema.de/musikrecherche/>

¹³ <http://music.podshow.com/>

¹⁴ <http://www.garageband.com/>

¹⁵ <http://www.myspace.com/>

¹⁶ <http://www.bildkunst.de/>

¹⁷ <http://www.vgwort.de/>

Literaturhinweise

- Breßler, Sebastian/Martens, Dirk (2007): Podcast in Deutschland 2007. Nutzung und Chancen von Podcast in Deutschland. In: House of Research, [http://www.houseofresearch.de/news/Presse/206487%20Die%20Podcaststudie%20II,%20Bericht,%20\(c\)%20House%20of%20Research%202007.pdf](http://www.houseofresearch.de/news/Presse/206487%20Die%20Podcaststudie%20II,%20Bericht,%20(c)%20House%20of%20Research%202007.pdf), letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Dance, Katie/Pau, Stephanie (2007): Vodcasting. 5 Easy Steps To Film An Interview And Get It On-line In A Day! In: Trant, Jennifer/Bearman, David (Hrsg.): Museums and the Web 2007: Proceedings. Toronto: Archives & Museum Informatics, 31.03.2007, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/dance/dance.html>, letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Dickson, Ken (2006): Podcasting 101. In: Trant, Jennifer/Bearman, David (Hrsg.): Museums and the Web 2006: Proceedings. Toronto: Archives & Museum Informatics, 01.03.2006, <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/dickson/dickson.html>, letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Fisch, Martin/Gscheidle, Christoph (2006): Onliner 2006. Zwischen Breitband und Web 2.0 – Ausstattung und Nutzungsinnovation. In: Media Perspektiven, Jg. 2006, Heft-Nr. 8, S. 431-440, <http://www.daserste.de/service/0206.pdf>, letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Maculan, Lena (2006): Podcasting and museums – Shock and Awe or New Opportunities? In: 24 Hour Museum, 10.06.2006, http://www.24hourmuseum.org.uk/nwh_gfx_en/ART37770.html, letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Maculan, Lena (2007): Ein Modell zur Analyse der Auswirkungen von Podcasting auf die Beziehung zwischen Museum und Besuchern. In: Mangold, Michael et al. (Hrsg.): Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung. Baden-Baden: Nomos, 103-115.
- Mangold, Michael et al. (Hrsg.) (2007): Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung. Baden-Baden: Nomos.
- Rubens, Annik (2006): Podcasting. Das Buch zum Audiobloggen. Köln : O'Reily.
- Samis, Peter/Pau, Stephanie (2006): 'Artcasting' at SFMOMA. First-Year Lessons, Future Challenges for Museum Podcasters broad audience of use. In: Trant, Jennifer/Bearman, David (Hrsg.): Museums and the Web 2006: Proceedings. Toronto: Archives & Museum Informatics, 01.03.2006, <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/samis.html>, letzter Zugriff am 19.05.2008.
- Schallert, Claudia (2007): Podcasting – Kommunikationstool für die Museums-Community. In: Mangold, Michael et al. (Hrsg.): Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung. Baden-Baden: Nomos, 91-101.
- Springer, Julie/White, Paula (2007): Video iPods and Art Education. In: Trant, Jennifer/Bearman, David (Hrsg.): Museums and the Web 2007: Proceedings. Toronto: Archives & Museum Informatics, 31.03.2007, <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/samis.html>, letzter Zugriff am 19.05.2008.

Handout zum Vortrag.
Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2008
am 26./27. Mai 2008 im Sprengel Museum Hannover

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>