Workshop Web 2.0 im Kulturbetrieb

MAI-Tagung 2009
LVR-RömerMuseum, Xanten

museums and the internet

Karin Janner, www.kultur-projekte.net
Christoph Müller-Girod, www.dacapo-dp.de

Überblick

- Was ist das Web 2.0? (Begriff, Kennzeichen, Schlagworte, Voraussetzungen, um zu starten, Einsatzgebiete im Kulturbereich)
- Neue Regeln für die Kommunikation im Web 2.0
- Die Tools: Blogs, Podcasts, Microblogs, z.B. Twitter, Online Communities / Social Networks, Fotoplattformen (z.B. Flickr), Videoplattformen (z.B. YouTube), Wikis, Wikipedia, Online Veranstaltungskalender, Qype (Empfehlungsplattform), Aggregationstools (z.B.Friendfeed), Social Bookmarking (z.B. Delicious)
- Die einzelnen Tools verbinden
- Diskussion, Erfahrungsberichte…

Was ist das Web 2.0?

- „Mitmach-Web“
- Philosophie und keine Technologie
- Neue Art der Internetnutzung
- Internet hat sich vom Informationsmedium immer mehr zum Austauschmedium entwickelt
- Es gibt keine verbindliche Definition für den Begriff
- Begriff wurde geprägt von Tim O`Reilly

Kennzeichen des Web 2.0

- Jeder kann mitmachen.
- Austausch, Interaktivität + Partizipation. Jeder kann Empfänger + Sender zugleich sein.
- Vernetzung:
  Der Betreiber der Website/ Blog/Forum vernetzt sich
  - mit seinen Usern
  - mit anderen Betreibern
  Die User vernetzen sich untereinander
- Das Web als Plattform (löst den lokalen Rechner ab)
- Generierung von Inhalt + Wissen durch Nutzung der kollektiven Intelligenz (Bsp: Wikipedia, Open Source Software)
- Perpetual Beta

Schlagworte des Web 2.0 und was dahinter steckt

- Partizipation
  Teilhabe + Einbezug der Besucher
- Authentizität:
  Im Web 2.0 geht es nicht um perfekte Formulierungen, sondern eine persönliche + lebendige Darstellung Ihrer Einrichtung und der Personen, die dahinter stehen
- Transparenz:
  Liefern Sie Hintergrundberichte und lassen Sie Personen zu Wort kommen, die in Ihren Pressemitteilungen nicht zu Wort kommen

Voraussetzungen, um ins Web 2.0 starten zu können

- Sie können mit dem Thema „Partizipation“ etwas anfangen und sind bereit, Ihre Besucher einzubeziehen
- Sie haben keine Scheu vor dem öffentlichen Dialog – auch wenn Kritik kommt
- Sie verfügen über freie Zeit oder über Mitarbeiter, die Zeit in Ihre Social Media Aktivitäten stecken können
- Ihre Hierarachie lässt es zu, dass Ihre Blogger/Podcaster frei agieren können
- Sie zeigen Ihr Haus authentisch sind bereit, Persönlichkeit in Ihre Blogbeiträge zu bringen (und sie nicht wie Werbetexte zu formulieren)

Einsatzgebiete des Web 2.0 im Kulturbereich - Überblick

- Kulturmarketing + PR
- Kulturfinanzierung: Fundraising, Sponsoring / Sponsorenakquise, neue Formen der Kulturfinanzierung
- Kulturvermittlung
- Gemeinsame Generierung, Speicherung und Austausch von Wissen
- Projektmanagement + Online Zusammenarbeit
- Kollaboratives Schaffen von Kunst

Marketing und PR vor der Zeit des Web 2.0

- Marketing und PR wurden als zwei getrennte Disziplinen betrachtet:
  - die Werbung in den Massenmedien, Werbebotschaften aus der Marketingabteilung
  - die PR mit Fokus auf der Pressearbeit. Journalisten stellten das Tor zur Öffentlichkeit dar.
- Der Großteil der Kommunikation nach außen erfolgte nicht auf direktem Weg, sondern über die Medien als Mittler

Veränderung der Kommunikation durch das Web 2.0

- Direkte, ungefilterte Kommunikation mit den Besuchern möglich
- Klassische Medien haben ihre Gatekeeper-Rolle verloren, sie sind nicht mehr die einzige Möglichkeit, sich bekannt zu machen und seinen Standpunkt der Öffentlichkeit darzustellen
- Kommunikation: One to many (Kommunikation über Massenmedien) →
  One to one: (Direktmarketing: Mails, persönliche Anschreiben, Callcenter) →
  Many to many: Web 2.0

Neue Regeln für die Kommunikation

- Direkte Kommunikation + Beziehungsaufbau statt nervige Unterbrecherwerbung
- Rückkanal – Austausch, Feedback, Markt/Besucherforschung

Erst die Ziele, dann die Tools

- Blog, Podcast, Twitter und Co:
  Das sind einzelne Instrumente, die Ihren Zielen untergeordnet und in Ihren Kommunikationsmix integriert sein müssen
- Sie müssen wissen, WAS sie sagen wollen, bevor Sie sich Gedanken darüber machen, mit welchen Tools Sie das sagen

Die Tools

- Blogs
- Podcasts
- Microblogs, z.B. Twitter
- Online Communities / Social Networks
- Fotoplattformen, z.B. Flickr
- Videoplattformen, z.B. YouTube
- Wikis, Wikipedia
- Online Veranstaltungskalender
- Qype (Empfehlungsplattform)
- Aggregationstools (z.B.Friendfeed)
- Social Bookmarking (z.B. Delicious)

Die Tools sind…

- Meist kostenlos
- Auch ohne technische Vorkenntnisse zu nutzen

Integrierte Social Media Strategie

Social Media Tools müssen sowohl untereinander als auch mit den anderen Kommunikationskanälen verzahnt sein

Was ist ein Blog?

- Website, die häufig aktualisiert wird
- Beiträge orientieren sich an Zeitschiene: werden in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angezeigt, der aktuelle ist der oberste
- Über Zuordnung zu Kategorien und Verschlagwortung („tags“) sind Blogeinträge auch später leicht zu finden
- Kommentarfunktion
- Über gegenseitige Verlinkung (Blogroll, Kommentare) entsteht um jedes Blog ein Netzwerk
- Es können auch statische Seiten angelegt werden, ein Blog lässt sich heute wunderbar als CMS nutzen
- Ein Blog kann man üblicherweise per RSS-Feed abonnieren
- Beispiel http://kulturmarketingblog.de

Was bringt das Bloggen?

- Kostengünstigen und **direkten Zugang zur Öffentlichkeit**. Botschaften vermitteln, ohne durch den „Filter“ der Medien zu müssen.
- Persönliche und ungefilterte Beiträge machen Ihre Einrichtung transparenter und geben ihr ein authentischeres „Gesicht“ - Imageaufbau oder Verbesserung des **Images**
- Aufmerksamkeit + Steigerung des **Bekanntheitsgrades**. Blogs werden durch die Aktualität der Beiträge von Suchmaschinen leichter gefunden als statische Internetseiten
- **Neue Zielgruppen** werden auf Sie aufmerksam
- Austausch und **Kontaktpflege mit den Stakeholdern** auf unkomplizierte Weise
- Aufbau und Pflege eines **Netzwerks** (Stakeholder, andere Kultureinrichtungen).
- **Ressourcen beschaffen** (Unterstützung für Kampagnen, Spenden, Mitarbeiter usw.).
- Instrument der **Kulturvermittlung**

Worüber bloggen?

- Hintergrundberichte
- Videos (z.B. von Veranstaltungen)
- Ankündigungen
- Interviews (Künstler, Kuratoren, Besucher…)
- Werke besprechen
- Allgemeine Diskussionen zum Thema

Museumsblogs

- Eyelevel, Blog des Smithsonian American Art Museum http://eyelevel.si.edu
- Walker Art Center, Minneapolis: http://blogs.walkerart.org (mehrere Blogs)
- Modern Art Museum of Fort Worth: http://www.modernblog.org
- Amon Carter Museum: http://www.cartermuseum.org/blog (4 Blogs)
- Museum für Kommunikation , Frankfurt: Blog “Tagwerke” http://tagwerke.twoday.net
- Blog des NKV (Nassauischer Kunstverein Wiesbaden) http://kunstverein-wiesbaden.blogspot.com
- Verzeichnis Museumsblogs: http://www.museumblogs.org (337 Blogs)

Blogsoftware? Serverbasiert, webbasiert?

- Welche Blogsoftware (ist gleichzeitig CMS)?
  Z.B. http://wordpress.org, http://www.joomla.de
- Oder webbasiert / gehostetes Blog?
  http://de.wordpress.com, http://www.blogger.com, https://www.typepad.com

Was ist ein Podcast?

- Serie von Audio- oder Videobeiträgen, die im Internet veröffentlicht wird
- Kommentarfunktion
- Podcasts über RSS-Feeds abonnieren
- Über den Computer abrufen oder auf den MP3-Player laden und unterwegs hören
- Themen: die selben wie im Blog – nur das Format ist anders
- Sie können Blog UND Podcast bieten, oder Sie entscheiden sich für das Format, das Ihnen mehr liegt.

Museumspodcasts

- National Gallery, London
  http://www.nationalgallery.org.uk/podcast
- Tate Gallery
  http://www.tate.org.uk/podcasts
- Historisches Museum der Pfalz Speyer, Museum zum Hören, Audiopodcast
  http://museum.speyer.de/de/histmus/podcast
- Verzeichnisse: Museum Podcasts
  http://www.museumpodcasts.org
  http://www.museumpods.com

Was ist Twitter?

- Kurznachrichten („Tweets“) versenden + empfangen (Internet oder SMS)
- Wer bekommt Ihre Tweets zu sehen?
  - Personen, die IhreTweets abonniert haben (Ihre „Follower“)
- Wessen Tweets bekommen Sie zu sehen?
  - Tweets von Personen, denen Sie folgen
- Twittern = chatten mit vielen
- Was können Sie twittern?
  - Alles, was man mit 140 Zeichen sagen kann (Statements, Links, Fragen)
- Z.B. Hinweise auf Ausstellungen, Blogeinträge, Neuigkeiten
- Dialog mit Stakeholdern – Beziehungsaufbau + Kontaktpflege
- Das Besondere an Twitter: einfach + enorm schnell
- Twitter in Kombination mit Blog/ Podcast – Links twittern
- Tweets werden auch von Suchmaschinen gefunden
- Bsp: http://twitter.com/karinjanner
- Alternativen zu Twitter: http://www.jaiku.com, http://pownce.com, http://identi.ca

Die wichtigsten Twitter-Begriffe

- @ → jemanden persönlich ansprechen
- DM → direct message
- # Hashtag → wie Tag bei Blog od. Social Bookmarking-Dienst; wird in Twitter-Suche gefunden; macht gleichzeitig klar, worauf man sich bezieht
- Retweet: Empfehlungen + virale Verbreitung.
  RT @herrx → leitet Tweet von Herrn X weiter, kann zu Schneeballeffekt werden
- URL-Verkürzungsdienste wie z.B. http://tinyurl.com (man hat ja nur 140 Zeichen Platz)

Twitternde Museen

- Brooklynmuseum, New York
  http://twitter.com/brooklynmuseum (~23.000 Followers)
- Museum of Modern Art, New York
  http://twitter.com/MuseumModernArt (~20.000 Followers)
- Tate Gallery
  http://twitter.com/Tate (~11.000 Followers)
- Städel Museum, Frankfurt am Main
  http://twitter.com/staedelmuseum (~300 Followers)
- Villa Stuck, München
  http://twitter.com/villastuck (~150 Followers)
- Twittergruppe Museen
  http://twittgroups.com/group/museums
- Liste der „Kulturtwitterer“
  http://delicious.com/startconference/kulturtwitter

Tools rund um Twitter

- Twitterfeed: automatisch Feeds einfließen lassen oder (z.B. Blogs oder Bookmarks über delicious) http://twitterfeed.com
- Twitteroberfläche wie z.B.http://hootsuite.com, http://www.tweetdeck.com
- Twitter Suche http://search.twitter.com (aktualisiert sich automatisch, auch RSS-Feed) http://search.twitter.com/advanced
- Fotos sofort twittern über Twitpic http://twitpic.com
- Twitterwand: http://twitterwallr.com, http://twitterwall.me
- Tweetmeme http://tweetmeme.com checkt die häufigsten Links, die getwittert werden
- Tweetake http://tweetake.com CSV-Datei als Twitter Backup

Social Networks

- „Social Network“ oder „Online-Community“: Gemeinschaft von Menschen, die sich im Internet verbinden, um sich auszutauschen.
- Gruppe oder „Fanseite“ auf einem der bestehenden Social Networks eröffnen, z.B. Facebook http://www.facebook.com, MySpace http://www.myspace.com) - Nutzer melden sich mit ihrem Facebook- oder MySpace Profil an
- Eigenes Social Network gründen (Baukastensystem: http://www.ning.com, http://www.mixxt.de, http://www.tribax.com)

Social Network-Seiten oder -Gruppen von Museen

- Facebook-Gruppe, Istanbul Museum of Modern Art http://www.facebook.com/group.php?gid=6251951315 (~8.200 Mitglieder)
- Facebook-Gruppe, Victoria and Albert Museum http://www.facebook.com/group.php?gid=2414603904 (~1.600 Mitglieder)
- Facebook-Fanseite, Städel Museum http://ja-jp.facebook.com/pages/Frankfurt-am-Main-Germany/Stadel-Museum/65702203754 (~60 Fans)
- MySpace, Brooklyn Museum http://www.myspace.com/brooklynmuseum (~12.000 Freunde)
- MySpace, Andy Warhol Museum Pittsburgh: http://www.myspace.com/theandywarholmuseum (~20.000 Freunde)
- Verzeichnis: Museen auf Facebook: http://www.musesphere.com/Facebook/index.htm

Eigenes Social Network

- American Museum of Natural History, New York: Geschlossene Community auf Ning http://tinyurl.com/ql7jdq
- Long Island Maritime Museum, New York: Geschlossene Community auf Ning http://tinyurl.com/oc7x32
- Morse Museum and Cultural Centre, Canada auf Ning http://morsemuseum.ning.com
- Baukastensystem mixxt, Bsp. http://mai-workshop-web2.0.mixxt.de

Fotoplattformen: Bsp. Flickr

- Fotos hochladen, mit Tags und Kommentaren versehen und in Alben sortieren
- Alben: privat oder öffentlich
- Andere Nutzer können Fotos kommentieren, bewerten und in Hitliste aufnehmen
- Copyright: Bei jedem Bild entscheidet Nutzer, ob ob er es dem herkömmlichen Copyright unterwerfen oder unter eine Creative Commons Lizenz stellen möchte, um anderen Nutzern eine freie Publikation des Bildes zu ermöglichen
- Jedes Foto hat eigene URL, mit der es verlinkt werden kann
- Gemeinsame Bildersammlung: Gruppe bei Flickr eröffnen und Besucher dazu auffordern, Fotos einzustellen (Urheberrecht bleibt beim Fotografen)
- Andere Foto-sharing-Plattformen: http://picasaweb.google.com, http://de.zoomr.com, http://www.webshots.com

Museen, die Fotoplattformen nutzen

- Städel Museum: http://www.flickr.com/photos/staedelmuseum
- Museum voor Communicatie/ Den Haag http://www.flickr.com/photos/zeestraat
- Contemporary Jewish Museum, Flickr Galerie in die Website integriert http://tinyurl.com/o2qqhp
- Contemporary Jewish Museum, Flickr Gruppe http://www.flickr.com/groups/442065@N25/pool
- Tate Gallery: Fotoprojekte über Flickr mit Einbindung der Besucher, z.B. „Street or Studio“ http://tinyurl.com/6583xk

Videoplattformen, Bsp. YouTube

- Videofilme hochladen, mit Tags versehen, kommentieren
- Videos können auch von anderen Nutzern kommentiert und bewertet werden
- Urheberrecht: Es dürfen nur Filme hochgeladen werden, deren Rechte man besitzt; man kann seine Videos auch unter eine cc-Lizenz stellen
- Videokanal anlegen
- Andere Videoplattformen: http://www.vimeo.com, http://www.myvideo.de, http://www.clipfish.de, http://de.sevenload.com

Museen, die Videoplattformen nutzen

- Städel Museum YouTube Kanal: http://www.youtube.com/user/staedelmuseum
- Museum of Modern Art, YouTube Channel: http://www.youtube.com/user/MoMAvideos
- San Jose Museum of Art, YouTube Channel: http://www.youtube.com/sanjosemuseumofart
- Victoria and Albert Museum, Vimeo: http://www.vimeo.com/vamuseum

Wikis + Wikipedia

- Wiki: Software und Sammlung von Webseiten, die von den Benutzern direkt online geändert werden können
- Gemeinschaftliches Arbeiten an Texten
- Kollaboratives Sammeln von Wissen
- Wikipedia: größte Online Enzyklopädie, große Community, das erfordert strenge Relevanz-Kriterien
- Fachwikis: kleiner, weitaus weniger bekannt, spezielle Themen, kleinere Community, gehen fachlich mehr in die Tiefe

Wikipedia-Einträge von Museen und Fachwikis im Museumsbereich

- Museum of Modern Art, englischsprachiger Wikipedia-Eintrag: http://en.wikipedia.org/wiki/Museum_of_Modern_Art
- Museum of Modern Art, deutschsprachiger Wikipedia- Eintrag: http://de.wikipedia.org/wiki/Museum_of_Modern_Art
- Städel Museum, Wikipedia Eintrag: http://de.wikipedia.org/wiki/St%C3%A4del
  Schirn Kunsthalle, Wikipedia Eintrag: http://de.wikipedia.org/wiki/Schirn_Kunsthalle_Frankfurt
- Fachwiki: Museumswiki http://museums.wikia.com/wiki/Main_Page
- Paper, in dem das Museumswiki vorgestellt wird (Konferenz Museums and the web 2007, San Francisco) http://www.archimuse.com/mw2007/papers/bowen/bowen.html

Online Verzeichnisse und Online Veranstaltungskalender

- Online-Verzeichnis Webmuseen.de: http://webmuseen.de
  (eher „Web 1.0“ – kein Austausch möglich, keine Bewertungen…)
- Webmuseen.de, Eintrag Städel Museum:
  http://webmuseen.de/st%C3%A4del-museum-frankfurt-am-main.html
- Online-Veranstaltungskalender Kulturkurier:
  http://www.kulturkurier.de („Web 1.0“)
- Online-Veranstaltungskalender der Städte / Regionen
  wie z.B. in Berlin http://www.berlin.de („Web 1.0“)
- Kulturclub.de http://www.kulturclub.de
  (mit Bewertung, Empfehlungen, Anlegen von Foren und Freundeskreisen, steckt aber noch in den Kinderschuhen)
- Berlinische Galerie auf kulturclub.de
  http://tinyurl.com/op47m6
- Kulturlinxx http://www.kulturlinxx.de
  ähnlich Kulturclub.de

Bewertungsplattform Qype

- http://www.qype.com
- Qype, Schirn Kunsthalle Frankfurt: http://www.qype.com/place/20431-Schirn-Kunsthalle-Frankfurt-Frankfurt-am-Main
- Qype, Jüdisches Museum Berlin http://www.qype.com/place/58960-Juedisches-Museum-Berlin-Berlin

Einmal durch`s Web und wieder zurück

- 1 x Content erzeugen (Blog, Youtube, Flickr…), diesen dann über Feeds durchs Netz pusten
- Aggregationstools:
  Friendfeed http://friendfeed.com,
  soup http://www.soup.io,
  lifestream http://lifestream.fm
- Social Bookmarking:
  Delicious http://delicious.com,
  Mr Wong http://www.mister-wong.de,
  Diigo: http://www.diigo.com

- Twitter → Facebook, Facebook →Twitter
  Twitter → Friendfeed, Friendfeed → Twitter
  Twitter → Blog, Blog → Twitter

Vielen Dank!

- Online-Treffpunkt zum Workshop: http://mai-workshop-web2.0.mixxt.de
- Twitterwall: http://twitterwall.me/maitagung
- Konferenz zu Kultur + Web 2.0: http://www.startconference.org
- Für Besucher der MAI-Tagung:
  -20% Rabatt auf die Tickets,
  Code: maitagung (bei amiando eingeben,
  20% werden automat. abgezogen)

PowerPoint-Präsentation zu einem Workshop der MAI-Tagung 2009
am 28./29. Mai 2009 im LVR-RömerMuseum im Archäologischen Park Xanten

Die Tagung wurde veranstaltet durch
den LVR-Fachbereich Kultur
und das LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrum

Weitere Informationen unter:
www.mai-tagung.de

Anmeldung für den Newsletter:
www.mai-tagung.de/MAI-Ling

museums and the internet

Karin Janner, www.kultur-projekte.net
Christoph Müller-Girod, www.dacapo-dp.de