

Jenseits der Information

Vermittlung im mobilen Museum

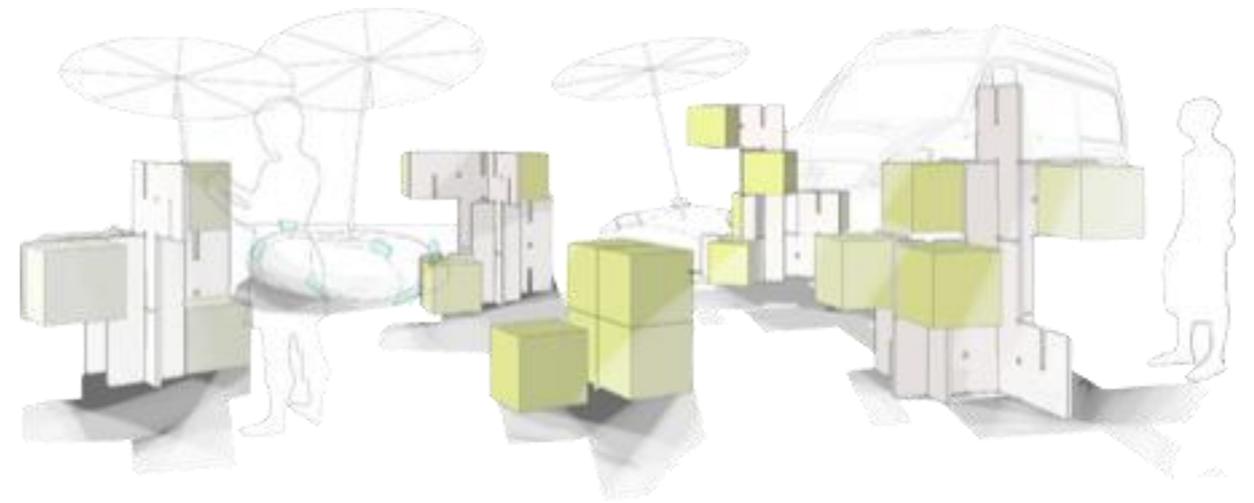
Kommentierte Version des Vortrages





- HardMut ist ein Kooperationsprojekt zwischen der Arbeitsgruppe INKA an der HTW Berlin und dem Jüdischen Museum Berlin
- Das Projekte basiert auf den Erfahrungen und Stärken des Outreach Projektes *on.tour – Das JMB machts Schule*
- Ziel des Projektes ist es, die Ansprache der Zielgruppen (*Museumsferne Schichten, Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren sowie junge Erwachsene*) durch Einbindung digitaler Medien zu erweitern

- Bestehendes Projekt und Erweiterung lassen sich nicht unabhängig voneinander betrachten
- Digitale Medien müssen sich in die Struktur einfügen lassen
- Dies hat Einfluss auf den technischen Aufbau (z.B. Transport, Infrastruktur und Ausstellungssysteme) und die Gestaltung der Inhalte





- Lernen von on.tour
- Vom Gastgeber zum Gast
- Unterschiedliche Formate
- Massive Differenzierungsleistung zwischen Altersgruppen und Schultypen
- Organisation der mobilen Ausstellung (Logistik)

Prämissen für digitale Medien

1. Digitale Medien als Werkzeuge des Pädagogischen Konzeptes

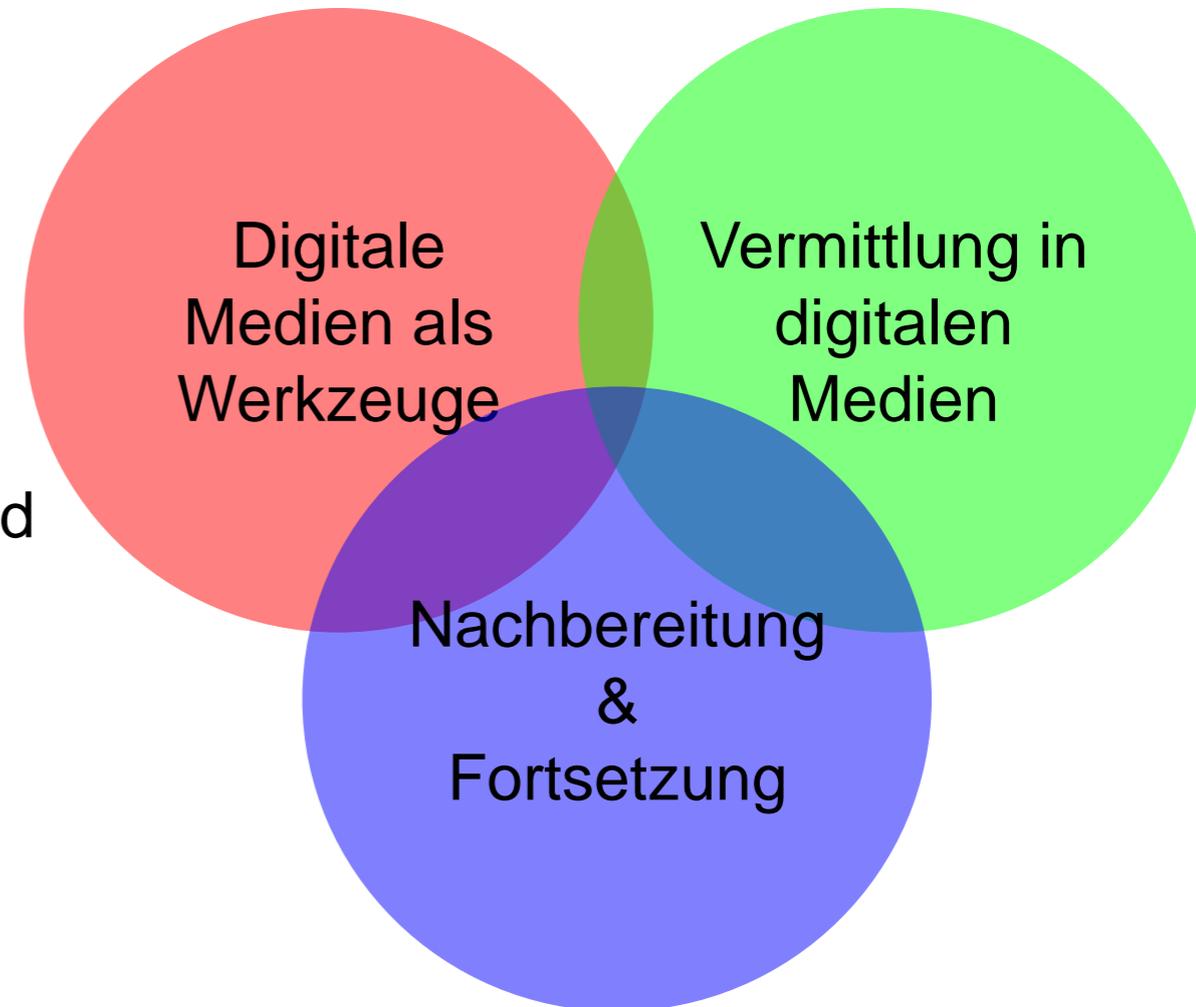
- Digitale Medien bilden keinen Selbstzweck sondern erhöhen die Möglichkeiten der Tour-Guides bei der Umsetzung ihrer Vermittlungsaufgabe

2. Vermittlung in digitalen Medien

- Digitale Medien sollen nicht nur Daten und Fakten darstellen sondern gemäß ihres Potentials Abhängigkeiten, Verknüpfungen und Prozesse vermitteln

3. Nachbereitung & Fortsetzung

- Digitale Medien erlauben eine Auseinandersetzung mit den Themen des mobilen Museums auch lange nach dem Besuch vor Ort. Das Potential zur Vernetzung und Auseinandersetzung soll genutzt werden.



Analyse der Arbeit der Tourguides bei onTour

- Generell vermitteln die Tourguides Ausstellungsinhalte und betreuen die Besucher.
- Tourguides haben im Sinne einer *Community of Practice* zahlreiche Werkzeuge, z.B. einlamierte Photos oder Objekte wie Fanschals, entwickelt und in die Ausstellung eingebracht.
- Werkzeuge dienen der Differenzierung der Themen entsprechend unterschiedlicher Alters- und Lernniveaus.
- Die Guides sind im Rahmen dieses Formates innovativ tätig und erweitern durch das Einbringen neuer Objekte permanent das Potential der Ausstellung.



Umsetzung als Werkzeug

- Die bestehenden Praktiken der Guides wurden in der Entwicklung der digitalen Medien aufgegriffen.
- Einzelne Objekte tragen RFID-Etiketten, die das Objekt mit Zusatzmaterialien, z.B. Bildern, Texten aber auch Filmen und einfachen Interaktives anreichern: Sobald die Objekte an einen RFID-Reader gehalten werden können die zusätzlichen Inhalte abgerufen werden.
- Vorteile
 - ähnliches mentales Modell wie bei der konventionellen Ausstellung: Bestimmte Objekte sind mit bestimmten Zielgruppen verknüpft,
 - die Guides können unterschiedliche Formen des Zugangs über die Ausgabe der Objekte steuern und somit die Vermittlung differenzieren.
 - die Zuordnung der Inhalte zu einzelnen Objekten ermöglicht aber einen schnelleren und verlässlichen Zugriff für den Feldeinsatz als die Steuerung über on-Screen Menüs.



Zum Mehrwert digitaler Medien

- Mehrwert digitaler Medien:
 - Quantitativ: Mehr an Information und schnellerer Zugriff
 - Qualitativ: Neue Formate, die einmalige Ausdrucksmöglichkeiten schaffen
- Erschliessung neuer Formate erfolgt
 - experimentell &
 - interdisziplinär
- Vermittlung erfolgt nicht durch Informationen und Daten, sondern durch das Erfahren und Erleben von Handlungsmustern und Strukturen.
- Beispiel: *Bio Quiz Kids*' von Ysalide Multimedia.
 - 4 Spieler beantworten zusammen Fragen zum Thema Umweltschutz und nachhaltige Entwicklung
 - Vermittlungsziel: Individuelles Handeln führt zu einem kollektiven Ergebnis.
 - Aufbau: Richtige Antworten führen zu *guten*-Punkten, falsche Antworten zu *schlechten* Punkten.
 - Am Ende wird der Spieler mit den meisten guten Punkten zum Sieger gekürt
 - Die Summe der schlechten und guten Punkte aller Spieler wird auf-addiert um die *Konsequenzen für die Erde* zu zeigen.

Beispiel: BioQuiz Kids'

- Entwicklung von Ysalide Multimedia für die Région Auvergne, 2009

Kollektives Ergebnis

BIO QUIZ KIDS'

Un sac plastique jeté dans la nature disparaît au bout de...

3/12

2 mois

2 ans

20 ans

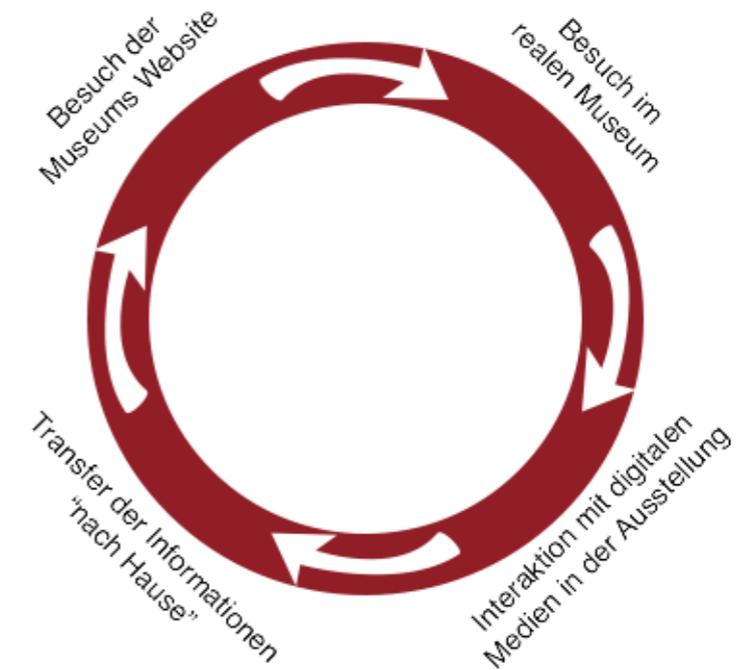
200 ans

Individuelles Handeln

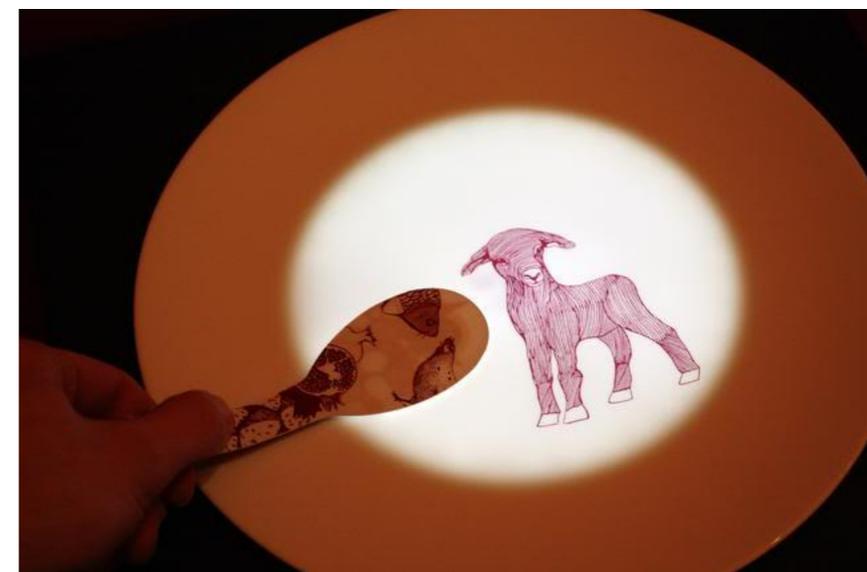
Ysalide

Das Ende des Besuches ist der Anfang der Auseinandersetzung mit dem Thema.

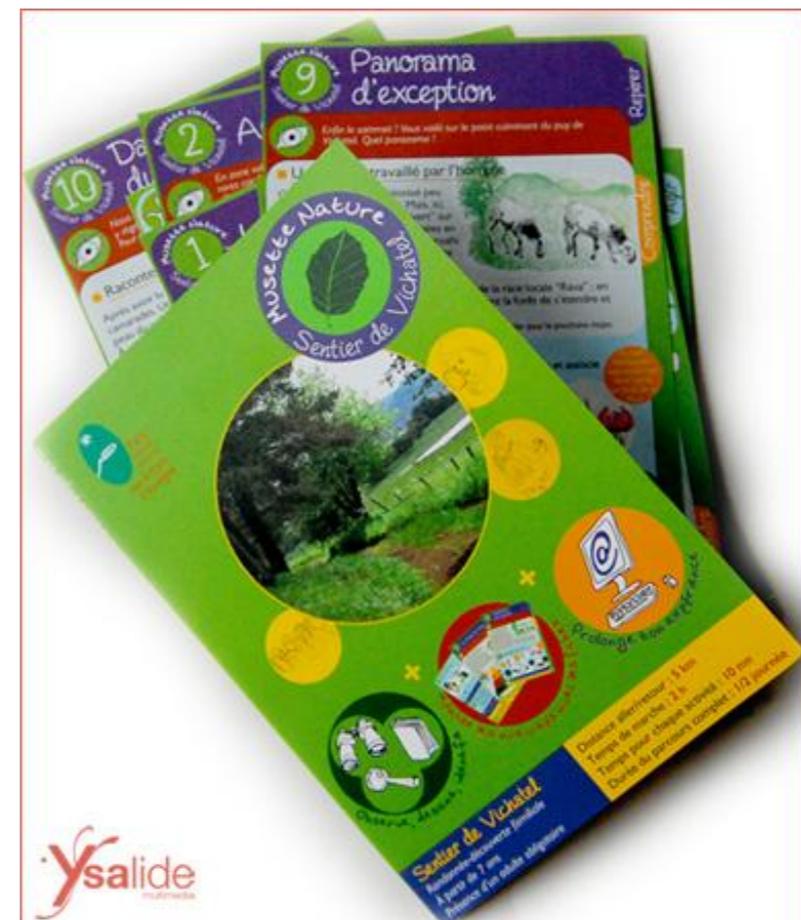
- Implementierung des Virtuous Circle
- Content-Pull & Retain
- Differenzierte Angebote
- User-Created Content auf verschiedenen Ebenen



- Verbindung offline/online
- Abstimmung Pull/Retention
- Marketing
- Aktivierende Formate
- Leicht Zugängliche Angebote
- “Hohe Belohnung” / Minimaler Aufwand
- Verbindung mit sozialen Netzwerken



RFID Integration zur Ausstellung Koscher & Co. im JMB, 2009



Musette Nature-Karten zur Verbindung von online und offline Umgebungen, Ysalide 2010

- Technische Umsetzung aufwendig, aber:
 - das kleinste Problem
- Herausforderungen:
 - Erschliessen der Möglichkeiten digitaler Medien
 - Umsetzung der Message
- Die Reise jenseits der Information braucht:
 - Mut,
 - Ausdauer und
 - Zeit

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2011
am 26./27. Mai 2011 im Deutschen Schiffahrtsmuseum, Bremerhaven

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

in Kooperation mit dem
Deutschen Schiffahrtsmuseum, Bremerhaven

Weitere Informationen unter:

www.mai-tagung.de

Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling

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

