

Deutsches Museum



Diskurs und Partizipation im Museum durch Soziale Medien

Vorbereitungen für die Sonderausstellung **energie.аэриэм**

MAI-Tagung
31.05.2016

Vortragende:
Melanie Saverimuthu

Rahmenbedingungen

Im Deutschen Museum

- Eröffnung Anfang 2017
- Sonderausstellungsraum 1. OG
- ca. 700 – 800 qm
- Raum für Begleitprogramm

Wanderausstellung

- Kooperation mit weiteren Museen
- Internationale Wanderung ab 2018

Zielgruppen

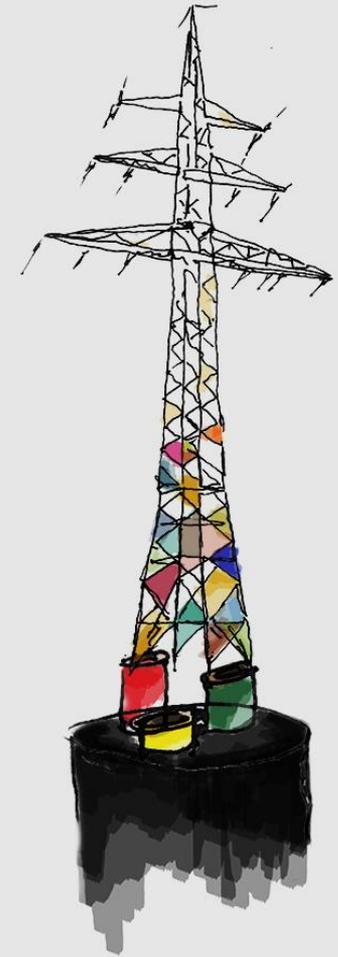
- insbesondere Jugendliche (Schulklassen) und junge Erwachsene



Ziele der Ausstellung

Akzeptanz und Teilnahme am Prozess der Energiewende

- Orientierungswissen, historischer und globaler Kontext
- Positive Ausrichtung
- Vorstellung der Akteure der Energiewende
- Verschiedene Wege zur Energiewende beleuchten



Inhalte der Ausstellung

Erzeugung

- Fossile Energieträger
- Kernenergie
- Sonne und Wind
- Wasser und Erdwärme
- Pflanzliche Rohstoffe



Verteilung

- Speicher
- Netze

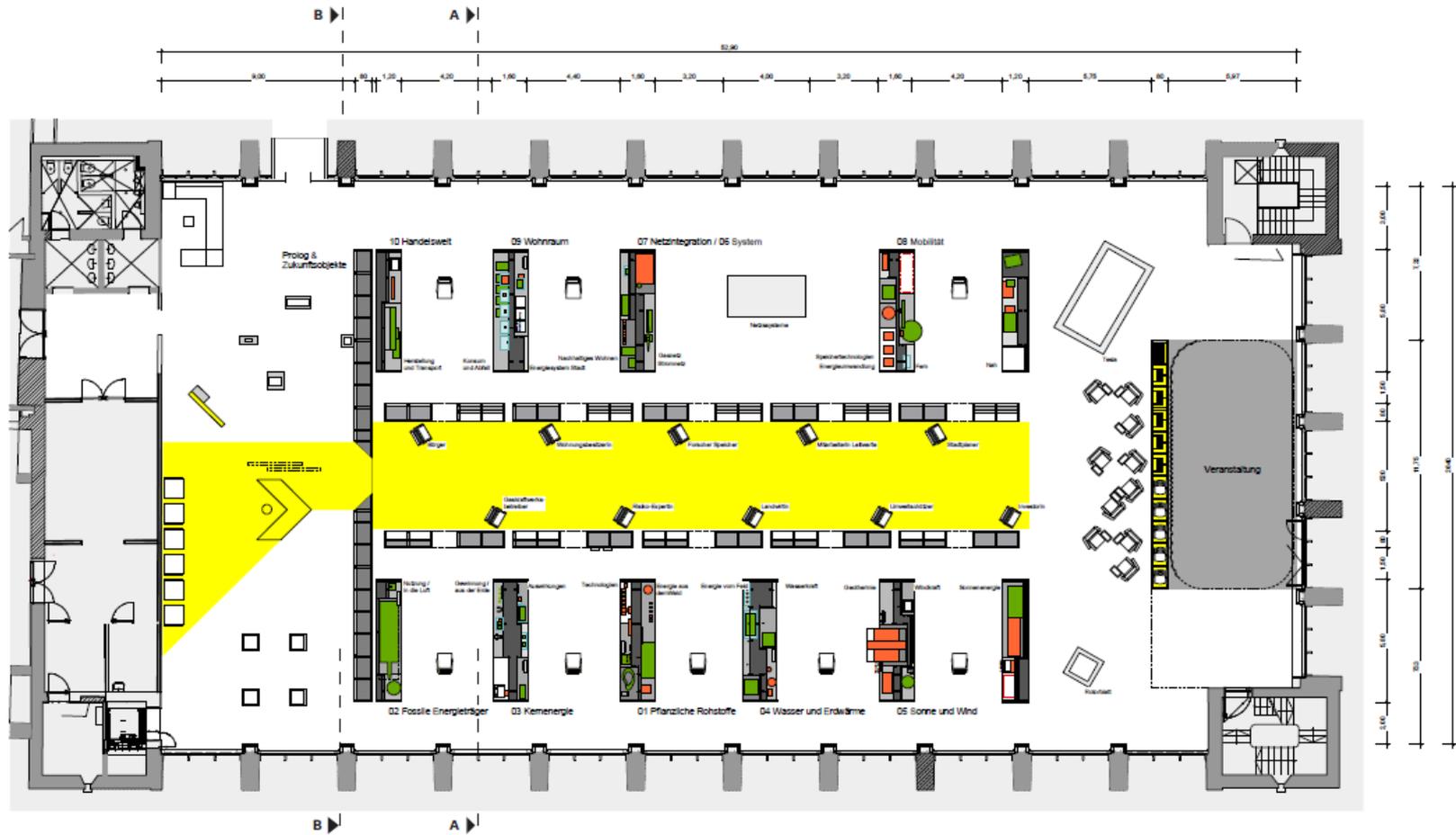


Verbrauch

- Bauen und Wohnen
- Mobilität
- Produktion und Konsum

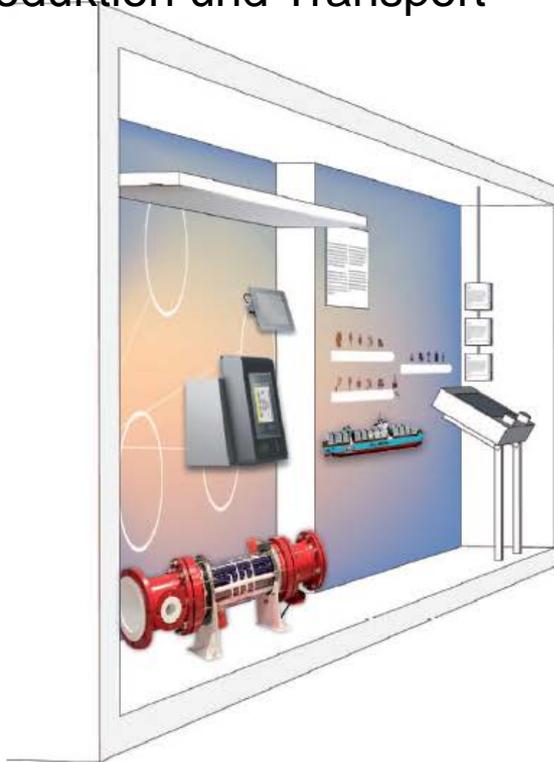


Grundriss der Ausstellung

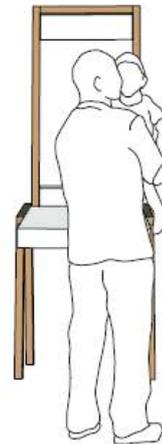


Raumeindruck – Produktion und Konsum

Produktion und Transport



Konsum und Entsorgung



Knackpunkt

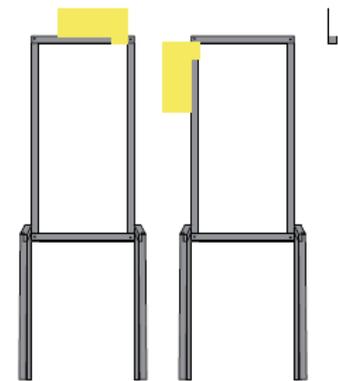
Der Knackpunkt illustriert zugespitzt ein **zentrales Problem** eines Themenfelds auf dem Weg zu nachhaltiger Nutzung von Energie.

Der Knackpunkt sollte möglichst:

- interaktiv/**partizipativ** sein,

Knackpunkt
Crux
Sanierungshürden
remediation hurdles

M 1:25



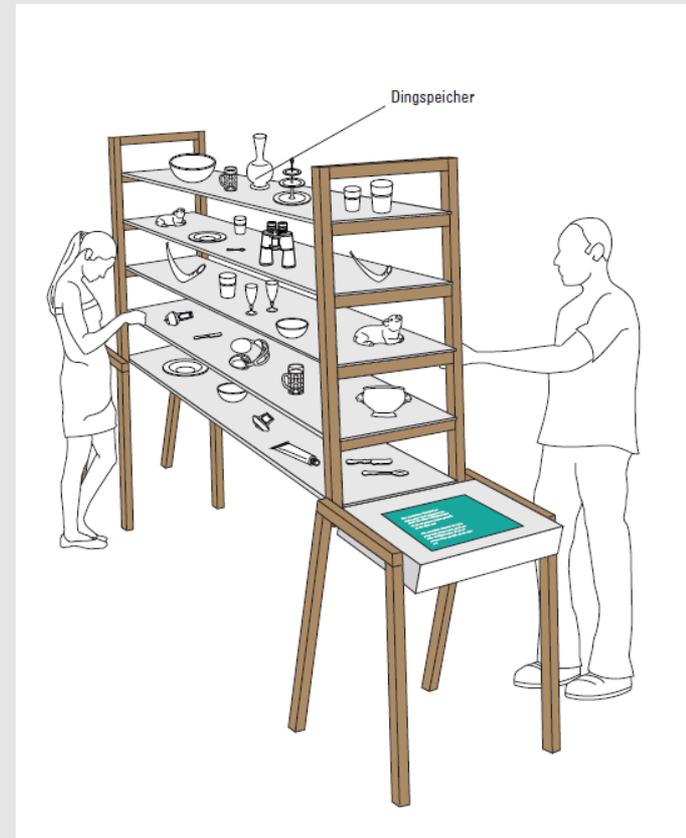
Knackpunkt Konsumverhalten

Sammlung unsinniger Objekte

- Aufforderung zur Mitgestaltung der Ausstellung durch Bereitstellung der eigenen **unsinnigen Objekte**

Definition „unsinniges Objekt“

- Etwas was man unbedingt haben wollte, egal ob selbst gekauft oder geschenkt, was man am Ende nicht genutzt hat.



Knackpunkt Konsumverhalten

Die Geschichte hinter den Objekten

- Einwerbung der zu den Objekten passenden Geschichten.
- Geschrieben von den möglichen Besuchern
- Jede Geschichte bekommt eine persönliche Note und bietet damit unterschiedlichen Menschen Anknüpfungspunkte



Auf meinem Weg nachhause bin ich täglich am Schaufenster des Musikladens vorbei gelaufen. Dort wurde seit Monaten auf den Räumungsverkauf aufmerksam gemacht. Eines Tages fand sich dann auch eine Melodica Ocean im Angebots-schaufenster.

Nach nur 2 Tagen bin ich den Laden gegangen und habe mir diese Melodika gekauft und habe mich gefreut wie ein kleine Kind. Ich war so Stolz über meinen Kauf, dass ich auch gleich ein schönes Foto gemacht habe und es gegen meine Art in den sozialen Netzwerken stolz präsentiert habe. Seit dem steht die Melodika auf meinem Schrank in einem Koffer und wurde eigentlich noch nie gespielt.

Auf meinem Weg nachhause bin ich täglich am Schaufenster des Musikladens vorbei gelaufen. Dort wurde seit Monaten auf den Räumungsverkauf aufmerksam gemacht. Eines Tages fand sich dann auch eine Melodica Ocean im Angebots-schaufenster.

Nach nur 2 Tagen bin ich den Laden gegangen und habe mir diese Melodika gekauft und habe mich gefreut wie ein kleine Kind. Ich war so Stolz über meinen Kauf, dass ich auch gleich ein schönes Foto gemacht habe und es gegen meine Art in den sozialen Netzwerken stolz präsentiert habe.

Seit dem steht die Melodika auf meinem Schrank in einem Koffer und wurde eigentlich noch nie gespielt.

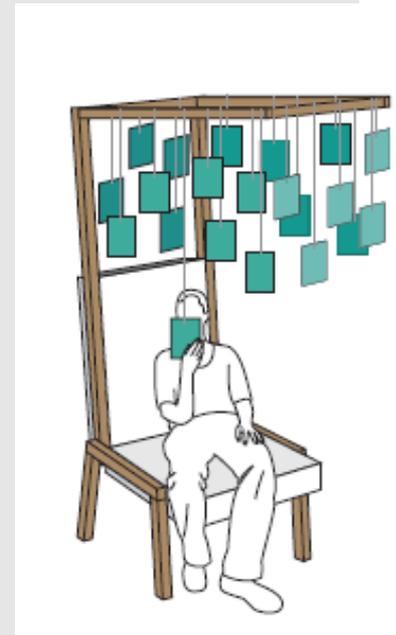
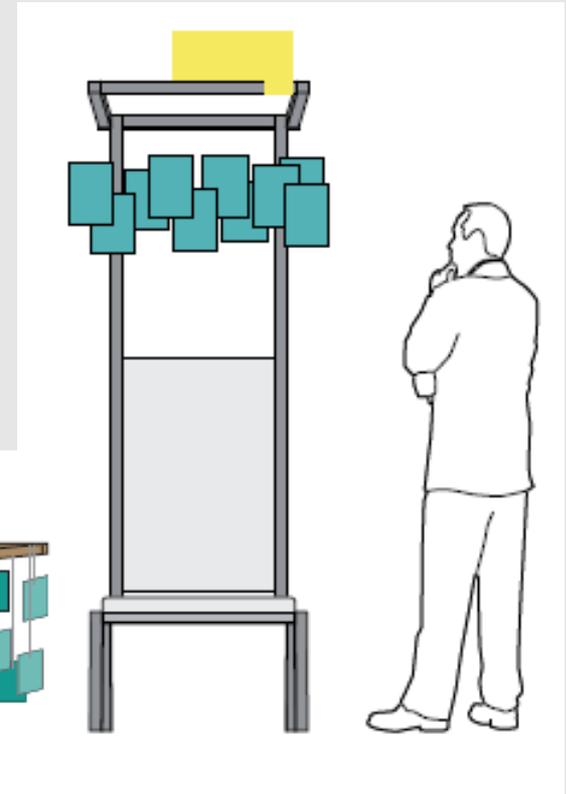
Knackpunkt Mobilität

Fotosammlung „In Bewegung“

- Aufruf zur Teilhabe an der Ausstellung durch die Integration eigener Fotos

Anforderung an die Fotos

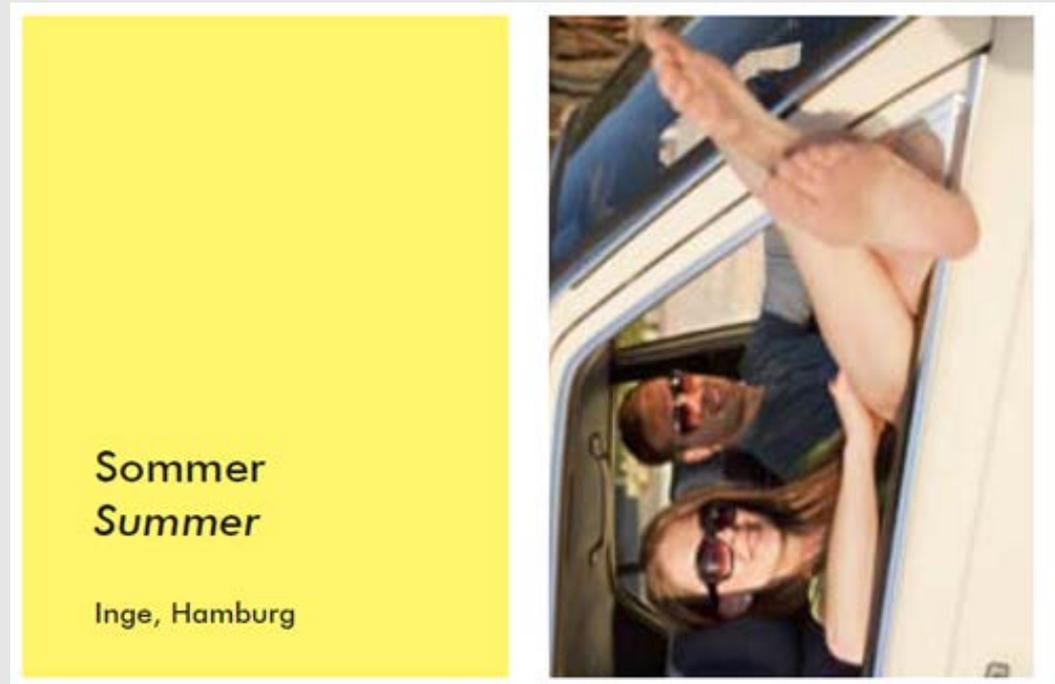
- Persönliche Assoziation von Mobilität.
- Künstlerisch-interpretative Umsetzung der persönlichen Bedeutung von Mobilität.
- Konflikt: Mobilität zwischen Traum und Albtraum



Knackpunkt Mobilität

Geschichte zu den Fotos

- Beschreibung des Gefühls in einem Wort, welches mit der Fotografie vermittelt werden soll.
- Kurze Erklärung warum dieses Transportmittel dieses Gefühl weckt.
- Erneut Schaffung von Anknüpfungspunkte für unterschiedliche Besuchertypen.



Umsetzung

Einsatz Sozialer Medien

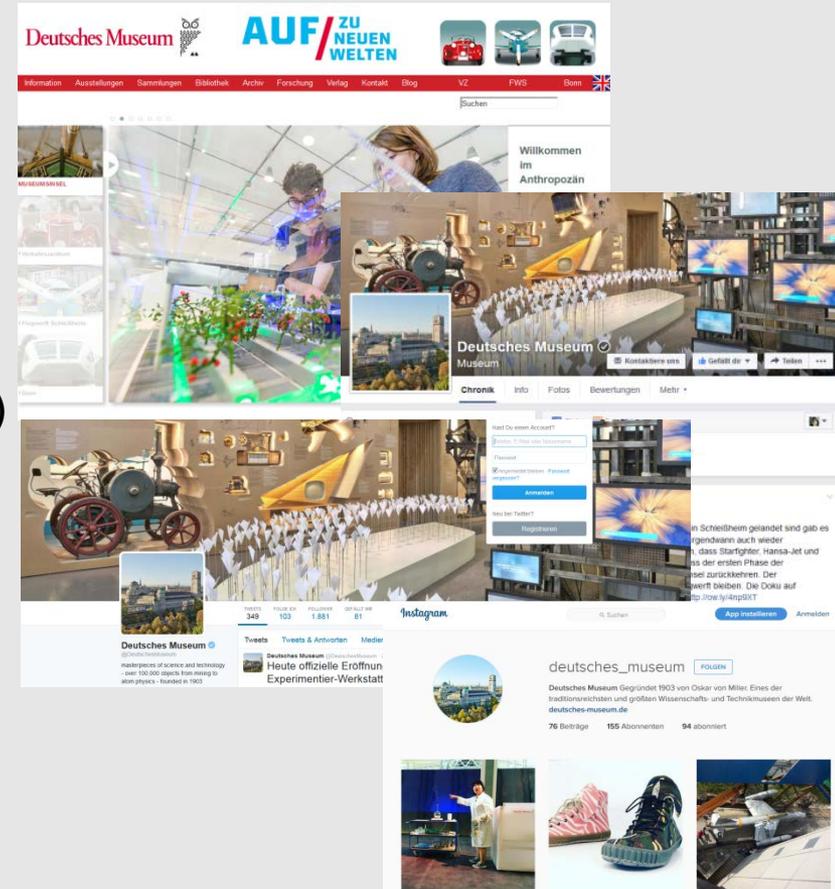
Aufruf beider Aktionen über Soziale Netzwerke:

- Website des Deutschen Museums
- Facebook (22.254 Personen)
- Twitter (1.881 Follower)
- Instagram (155 Abonnenten)
- Netzwerk durch Kooperationen

Teilnahme Voraussetzungen

- Formular auf der Website
- Wichtig: AGBs
- Hochladen der Fotos und Geschichten
- Einrichtung einer separaten E-Mail Adresse

Bildrechte: © Deutsches Museum



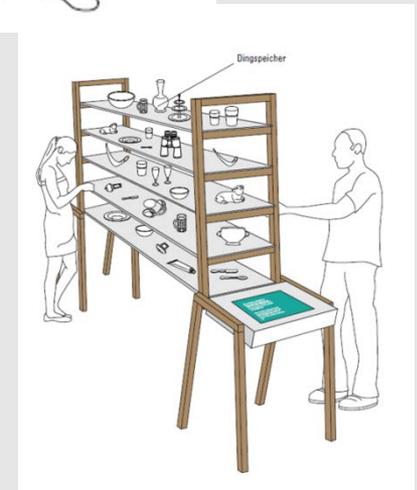
Umsetzung

Fotosammlung

- Vorauswahl durch Kuratoren
- Bereitstellung ausgewählter Fotos auf der Website
- Möglichkeit zur Wahl der Gewinner durch Interessierte
- Laufzeit: September 2016 – Dezember 2016

Objekte

- Auswahl interessanter Objekte durch Fotos
- Kontaktaufnahme durch Kuratoren
- Persönliche Absprache bezüglich der Portokosten
- Laufzeit: November 2016 – Ende der Ausstellung



Anreize zum Mitmachen

Allgemein

- Präsentation der eigenen Geschichte
- Ausstellung eigener Fotografien
- Sinnvolle Weiterverwendung des unsinnigen Objektes

Fotowettbewerb

- Gewinnerfotos erhalten eine Einladung zur Eröffnung
- Unter allen Teilnehmenden wird eine Jahreskarte verlost



Ziele

Partizipation

- Teilhabe möglicher Besucher
- Gleichberechtigung wissenschaftlichen und öffentlichen Wissens
- Überwindung des Hoheitswissen

Diskurs

- Spielerisch-kreative Anregung zum Nachdenken über eigenes Verhalten
- Soziale Netzwerke als Plattform für Diskussionen
- Selbstständige Erarbeitung von Vorwissen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Über Anregungen und Tipps würde ich mich sehr freuen!





museums
and the
internet

Dieser Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2016 am 30./31. Mai 2016 im Internationalen Maritimen Museum Hamburg.

Die MAI-Tagung 2016 ist eine Kooperationsveranstaltung des LVR-Fachbereichs Regionale Kulturarbeit, dem Internationalen Maritimen Museum Hamburg und des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums.

Weitere Informationen unter:

www.mai-tagung.de



Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling

