



museums
and the
internet

MAI-Tagung

14./15. Mai 2018

Museum Barberini, Potsdam

Kommerzielle Verwertung digitaler Museumsinhalte – Zwei Use Cases am Museum für Naturkunde Berlin

Susanne Schmitt 15.05.2018 – MAI-Tagung „museums and the internet“



Inhalt

- › Das NAVI-Projekt
- › Strukturierungshilfe
- › A) Kooperation mit einer kommerziellen Bilddatenbank
 - › Idee und Ziele
 - › Wichtige Arbeitsschritte
- › B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop
 - › Idee und Ziele
 - › Wichtige Arbeitsschritte
- › Empfehlungen

Das NAVI-Projekt

- › Das NAVI-Projekt am MfN: „**Neue Ansätze der Verwertung und Wissenskommunikation in Forschungsmuseen**“
- › BMBF-Verbundprojekt mit Deutschem Schiffahrtsmuseum
- › Laufzeit 1.7.2015 - 31.8.2018
- › Analyse der Möglichkeiten einer Verwertung und Ermittlung der daraus erwachsenen Anforderungen an Prozesse nach innen und außen
- › Ziel: Handlungsempfehlungen für die Verwendung digitaler Inhalte
- › Handlungsleitfaden und ausführliche Publikation der Projektergebnisse: Herbst 2018

Das NAVI-Projekt

Definitionen

Was meinen wir mit Verwertung?

› Verwertung digitaler Inhalte meint den Prozess, digitale Inhalte, die in einem Forschungsmuseum entstehen, zur Anwendung zu bringen oder zur Anwendung bereitzustellen.

Was sind „digitale Inhalte“?

› Medien: Bild, Ton (Tierstimmenarchiv), Video, 3D-Daten, auch Texte aus Ausstellungen, Bildung und Vermittlung,...

Strukturierungshilfe

Quelle: Digital Engagement Framework für Kultureinrichtungen, angepasst durch Pausanio

Angebote Was bieten Sie an? Was macht Sie einzigartig? Was sind Ihre Produkte und Dienstleistungen?	Zugänge Wie erreichen Sie welche Besuchergruppe heute? Wo treffen Sie Ihre Besucher online?			Zielgruppe Wer sind Ihre Zielgruppen? Welche Zielgruppen möchten Sie erreichen? Was wünschen Ihre Zielgruppen?
	Inhalte Welche Angebote stehen im Vordergrund? Welche Inhalte müssen Sie entwickeln?	Plattform Welche Plattformen wollen Sie anbieten? Welche Kommunikations-kanäle nutzen Sie?	Aktivitäten Was sind Ihre zentralen Aktivitäten? Wie sieht Ihr Redaktionsplan aus?	
	Nutzerbindung Wie wandeln Sie Zielgruppen zu treuen Kunden? Wie werden Ihre Zielgruppen Freunde von Ihrem Haus? Welches Zielgruppenbedürfnis wollen Sie nähren? Welche Vorteile erzeugen Sie für Ihre Zielgruppen?			
Motivation Wieso nutzen Sie digitale Medien? Wohin streben Sie online?	Ziele (SMART) Welche Ziele wollen Sie erreichen? (SMART – spezifisch, messbar, aktiv, realistisch, terminiert)		Werte Wofür wollen Sie in den digitalen Medien stehen? Welches Bild wollen Sie von Ihrem Museum vermitteln? Welche Kommunikationsregeln gibt es bei Ihnen?	

A) Kooperation mit einer kommerziellen Bilddatenbank Idee und Ziele

bpk Bildagentur – Bildportal der Kultureinrichtungen <http://www.bpk-images.de/>

The screenshot displays the bpk BILDAGENTUR website interface. At the top, the logo 'bpk BILDAGENTUR | Bildportal der Kultureinrichtungen' is visible. A search bar contains the text 'museum für naturkunde' with a 'Bilder suchen' button. Navigation links include 'Museen/Sammlungen', 'Künstler', 'Fotografen', 'Themen', 'Kalender', and 'Newsletter'. User options for 'Registrierung', 'Login', and 'Leuchttisch' are also present. The search results are titled 'museum AND für AND naturkunde 107 Suchergebnisse (107 angezeigt)'. A sidebar on the left offers filters for 'Künstler', 'Fotograf', 'Museum/Sammlung', 'Inventar-Nr.', 'Material/Technik', and 'Keywords'. It also includes a 'Nur Fotografie' checkbox and radio buttons for 'Alle Bilder', 'Hochformat', and 'Querformat'. The main content area shows a grid of 21 image thumbnails, each with a small icon and a number (e.g., 70233508, 70233507, 70233506, 70233505, 70233503, 70233502, 70233501, 70233500, 70233499, 70233498, 70233497, 70233496, 70233495, 70233494, 70233493, 70233492, 70233491, 70233490). The right sidebar contains a 'Warenkorb' section with a message: 'Bitte melden Sie sich an, um Zugriff auf den Warenkorb zu erhalten.' and a 'Leuchttisch' section with the message: 'Der Leuchttisch ist leer.'

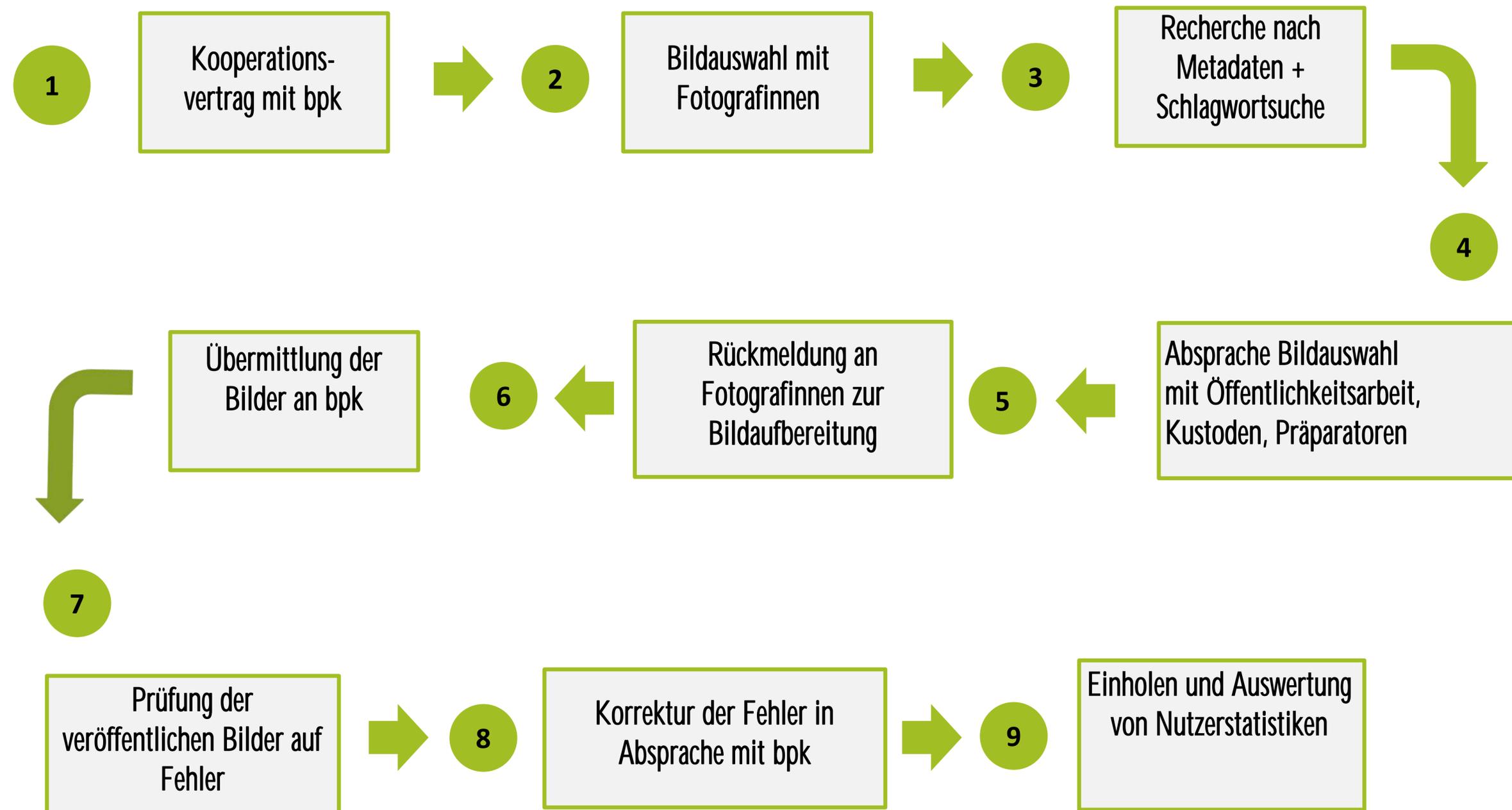
A) Kooperation mit einer kommerziellen Bilddatenbank

Idee und Ziele

- › Erhöhung der Sichtbarkeit von MfN-Inhalten
- › zeitgemäße Abwicklung von kommerziellen Anfragen durch Kooperationspartner, Entlastung der Pressestelle
- › Reputationsgewinn durch die Beteiligung an der Plattform (erstes Naturkundemuseum)
- › Monetäre Gewinne durch Lizenzeinnahmen (zweitrangig)

A) Kooperation mit einer kommerziellen Bilddatenbank

Wichtige Arbeitsschritte



B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop Idee und Ziele



Foto: Hwa Ja Götz, MfN 2017



Foto: Susanne Schmitt, MfN 2017

B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop

Idee und Ziele

- › Bindung der BesucherInnen durch schönes Produkt, welches auf die Inhalte der Forschung und Sammlung zurückzuführen ist
- › Darstellung des MfN als integriertes Forschungsmuseum in dem
 - 1) abteilungsübergreifend zusammengearbeitet wird,
 - 2) in ganz unterschiedlichen Bereichen geforscht wird,
 - 3) Menschen in ganz unterschiedlichen Kontexten arbeiten
- › Monetäre Gewinne durch den Verkauf an die BesucherInnen (Beteiligung an den Einnahmen des Shops)

B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop

Idee und Ziele

Beteiligte MitarbeiterInnen des Museums für Naturkunde



Dr. Jason Dunlop,
Kustos der Sammlung
Spinnentiere & Tausendfüßer



Anja Friederichs,
Konservatorin in der Sammlung
Spinnentiere & Tausendfüßer



Hwa Ja Götz,
Fotografin



Kristin Mahlow,
angestellte Technikerin



Eva Patzschke,
Leiterin des NAVI-Projektes



Carola Radke,
Fotografin



Susanne Schmitt,
wissenschaftliche Mitarbeiterin
im NAVI-Projekt



Elke Siebert,
Grafikerin



Julia Wiedemann,
wissenschaftliche Mitarbeiterin
im NAVI-Projekt

Ein Forschungsobjekt im Glaswürfel

Im Museum für Naturkunde forschen und arbeiten zahlreiche Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Hinter den Ausstellungskulissen forschen sie zu den Sammlungen und Themen wie beispielsweise Biodiversität, Meteoriten und Wissenskommunikation.

Der Glaswürfel mit dem Objekt aus den Sammlungen ist ein Stellvertreter für die Forschung, die Sammlungen und Ausstellungen sowie die Zusammenarbeit der MitarbeiterInnen ganz unterschiedlicher Bereiche und Abteilungen am Museum für Naturkunde Berlin.

Dieses Produkt entstand im Rahmen des Projektes „Neue Ansätze der Verwertung und Wissenskommunikation für Forschungsmuseen (NAVI für Forschungsmuseen)“, welches die Möglichkeiten der Verwertung und Nachnutzung digitaler Inhalte aus dem Museum für Naturkunde analysiert und die daraus erwachsenden Anforderungen an Prozesse nach innen und außen ermittelt.

FKZ: 03 10 1406



Coverfoto:
Hwa Ja Götz,
MfN 2017

Museum für Naturkunde Berlin
Leibniz-Institut für Evolutions-
und Biodiversitätsforschung
Invalidenstr. 43
10115 Berlin

<https://www.naturkundemuseum.berlin/>
<https://www.naturkundemuseum.berlin/de/forschung/navi>

museum für
naturkunde
berlin



**WIE KOMMT
DIE GARTEN-
KREUZSPINNE
AUS DEM
MUSEUM
INS GLAS?**



B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop

Idee und Ziele

Die Gartenkreuzspinne in der Natur ...

Kreuzspinnen und vor allem Gartenkreuzspinnen (*Araneus diadematus*) sind häufig vorkommende einheimische Spinnen. Sie gehören zur Familie der echten Radnetzspinnen (Araneidae), nutzen ihre Fangnetze zum Beutefang und leben quasi am seidenen Faden.

... und als Modell in der Ausstellung



Modell von A. Keller in der Ausstellung des Museums für Naturkunde Berlin

Foto: Carola Radke, MfN 2014

Die Kreuzspinne hat einen festen Platz in der Dauerausstellung des Museums in Form eines 20-fach vergrößerten Modells. Dieses Originalwerk des bekannten Modellbauers Alfred Keller entstand 1951. Seine detailgetreu vergrößerten Modelle von einheimischen Kleinstlebewesen gelten als Meilensteine der Präparationskunst.

Araneus diadematus in der Sammlung ...



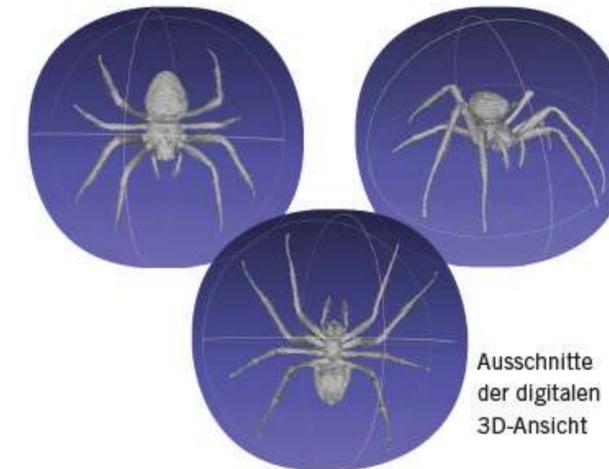
Trockenpräparat der gescannten Gartenkreuzspinne

Foto: Susanne Schmitt, MfN 2017

Die Sammlung der Spinnentiere (Arachnida) und Tausendfüßer (Myriapoda) am Museum für Naturkunde ist eine der größten und historisch bedeutendsten Sammlungen ihrer Art in ganz Europa. Sie umfasst ca. 250.000 Objekte, davon 5.110 Typen (Originalobjekte zur Erstbeschreibung der Art), verteilt auf 20.600 Alkoholgläser, 7.400 Trockenpräparate und 27.300 Mikropräparate. Der geographische Fokus liegt in Deutschland, Mitteleuropa und auf der Balkanhalbinsel.

Geforscht wird hier unter anderem vom Kustos der Sammlung, Dr. Jason Dunlop. Aktuelle Forschungsprojekte befassen sich mit der Beschreibung ausgestorbener Spinnentiere und deren Vergleich mit ihren modernen Verwandten. Auch werden der Körperbau von Spinnentieren sowie seine Bedeutung für die Evolution und Verwandtschaft der verschiedenen Spinnentierordnungen untersucht.

... und im Mikro-Computertomographen



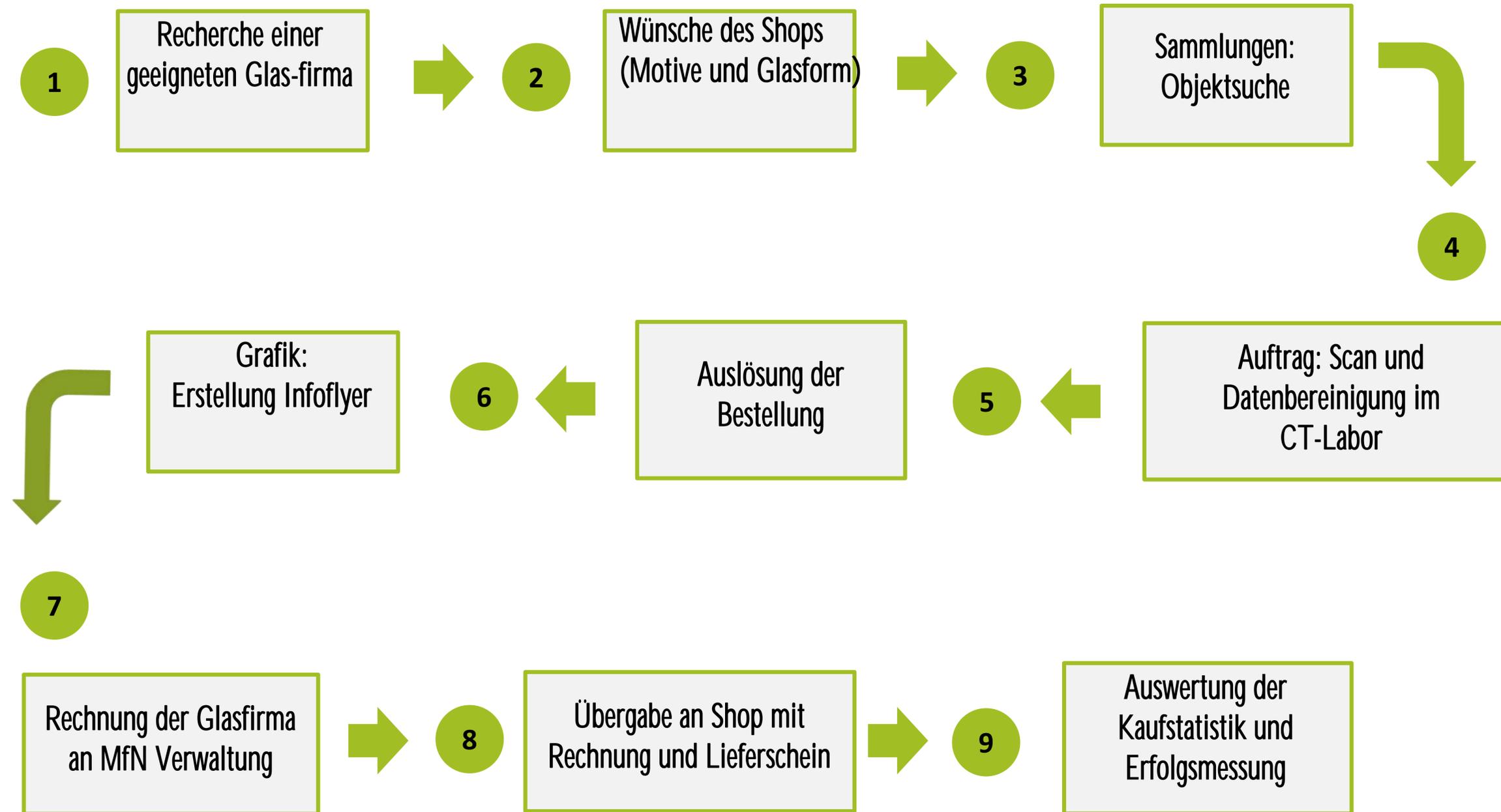
Ausschnitte der digitalen 3D-Ansicht

Im Rahmen des Forschungsprojektes NAVI wurde ein gut erhaltenes Exemplar einer Kreuzspinne aus den vorhandenen Trockenpräparaten durch die Konservatorin der Sammlung Spinnentiere und Tausendfüßer, Anja Friederichs, ausgewählt und im museumseigenen Mikro-CT-Labor von der Technikerin Kristin Mahlow gescannt und bearbeitet, sodass die Oberflächendaten der Kreuzspinne in den Glaskörper gelasert werden konnten.

Das NAVI-Team besteht aus Wissenschaftlerinnen des Museums – Eva Patzschke, Susanne Schmitt und Julia Wiedemann – und beschäftigt sich mit Wissenskommunikation und mit der Nachnutzung von Forschungsergebnissen. Elke Siebert, Grafikerin, sowie Carola Radke und Hwaja Götz, Fotografinnen des Museums, unterstützen das Projekt mit Bild und Satz.

B) Verkauf von Glaskörpern mit 3D-Laserung im Museumsshop

Idee und Ziele



Empfehlungen

- › Verantwortliche Personen bestimmen
- › Ausreichend Zeit einplanen
- › Motivation und Gute Atmosphäre zwischen den Beteiligten
- › Erfolgserlebnisse teilen
- › Medienrechte nie exklusiv vergeben
- › Zeitliche und personelle Ressourcen müssen gegeben sein

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit



Eva Patzschke
Projektleitung
Diplom-Biologin



Susanne Schmitt
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
M.A. Erziehungswissenschaften
Erwachsenenbildung



Julia Wiedemann
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
M.A. Soziologie
Europäische Gesellschaften

<https://www.naturkundemuseum.berlin/de/forschung/navi>



museums and the internet

Dieser Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2018 am 14./15. Mai 2018 im Museum Barberini, Potsdam.

Die MAI-Tagung 2018 ist eine Kooperationsveranstaltung des LVR-Fachbereichs Regionale Kulturarbeit (Museumsberatung), dem Museum Barberini, dem Museumsverband Brandenburg des Landes Brandenburg e.V., dem Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte und des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums.

Weitere Informationen unter:

www.mai-tagung.de



Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling

