



MAI-lights – 05./12./19./26. Mai 2021
Online-Konferenz via ZOOM

TAGESPROGRAMM

(Stand: 20. Mai 2021)

Mittwoch, 26. Mai 2021

Einchecken
ab 13:30 Uhr

Begrüßung/Einführung
ab 13:45 Uhr

MAI-light IV:

Online-Vermittlung – aus der Krise in den Kanon

14:00 – 17:45 Uhr, inkl. Nachschlag (30 min)

Kunst ohne Museum

Vermittlung in Zeiten der Corona-Pandemie

*Sandra Richter, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität
Bonn/Kunstgeschichte*

dialogisch – digital – direkt

Online-Führungen im LWL-Museum für Archäologie

*Dr. Michael Lagers, LWL-Museum für Archäologie, Westfälisches
Landesmuseum Herne*

Das Kölner NS-DOK in der virtuellen Welt

Museumspädagogische Perspektiven für die digitale

Ausstellung in der virtuellen Welt des 360-Grad-Rundganges

*Dr. Dirk Lukaßen, Museumsdienst Köln/Referent Bildung und
Vermittlung am NS-Dokumentationszentrum
Christine Bolz M.A., Redaktionsbüro Dank, Köln*

Pause (ca. 15 min.)

Digitale Live Touren im Museum Barberini

Wie das Museum Barberini auch während SARS-Cov2 kunstinteressierte Gäste erreicht

*Dr. Dorothee Entrup, Museum Barberini, Potsdam
Florian Rogge, Giant Monkey GmbH, Berlin*

Kleiner Aufwand – große Wirkung

Live Chats der Pinakotheken aus München

*Jochen Meister M.A. / Max Westphal M.A., Bayerische
Staatsgemäldesammlungen, München*

GNMkids

Das Kinder-Videoblog des Germanischen Nationalmuseums

*Dr. Andrea Langer MBA / Maria Meinert / Sandra Knocke M.A.,
Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg*

Kunstverschwendung?

Die Staatliche Kunsthalle Karlsruhe auf neuen digitalen Wegen

Tabea Schwarze, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe

NACHSCHLAG:

#CoronaCollectionHH

der Stiftung Historische Museen Hamburg (SHMH)

Anna Symanczyk, Stiftung Historische Museen Hamburg

Voraussetzungen / Einwahl bei der ZOOM-Videokonferenz

Voraussetzungen:

Die Online-Konferenz findet über die Videokonferenz-Plattform *Zoom* über europäische Server statt. Für die Teilnahme werden Computer, Laptop oder Tablet mit Internetzugang und Lautsprecher benötigt sowie Mikrofon und Kamera (können ausgeschaltet werden).

Die Anwendung funktioniert auf dem Desktop oder über den Internet-Browser. Wir empfehlen, die Browser Google Chrome oder Mozilla Firefox zu benutzen. Safari funktioniert nur unzureichend. Bei Einwahl über das Smartphone empfehlen wir, die „Zoom“-App vorab herunterzuladen.

Einwahl bei der Videokonferenz:

Bitte folgen Sie dem Einladungs-Link, den wir Ihnen zuvor per E-Mail zugesendet haben. Sie finden ihn in der E-Mail unter **Zoom-Meeting beitreten**.

Alternativ zum Link können Sie sich auch mit der Meeting-ID und einem Passwort auf den Internetseiten der Videokonferenz-Plattform einwählen. Sie werden automatisch in den Meeting-Raum weitergeleitet. Dazu muss Zoom nicht auf dem Computer installiert werden.

Alternativ könnten Sie sich auch die kostenlose Software vorab herunterladen. Dies könnte eine komfortablere Nutzung ermöglichen.

Die Software können Sie unter folgendem Link herunterladen:

https://zoom.us/download#client_4meeting

Anschließend wird sich ein Fenster des Anbieters Zoom öffnen.

Um dem Meeting beitreten zu können, müssen Sie die angegebene Datei herunterladen und anschließend öffnen.

Einen Account für Zoom müssen Sie auch dafür nicht anlegen.

Vor dem Eintritt in den Meeting-Raum:

Sobald der Meeting-Raum durch den Host geöffnet wurde, werden Sie gebeten, Ihren Namen einzugeben. **Bitte nutzen Sie hier den Namen, den Sie auch bei der Anmeldung angegeben haben, nur so können wir Sie in dem Online-Meeting eindeutig identifizieren.** Geben Sie möglichst Ihren Namen und Ihre Institution an. Ihre Einstellungen können Sie während des Meetings in der Teilnehmer*innen-Liste bearbeiten:
Funktion umbenennen.

Setzen Sie im gleichen Fenster einen Haken bei *Mein Video ausschalten*, wenn Sie ohne Video beitreten wollen. Wenn Sie dem Meeting beitreten, werden Sie nach Ihrem Audio gefragt. Sie können entweder über das Computer-Audio teilnehmen (dafür benötigen Sie Lautsprecher oder Kopfhörer und ggf. ein Mikrofon) oder sich über das Telefon einwählen. Sollten Sie diesen Weg wählen, so klicken Sie dafür *Per Telefon teilnehmen*. Wählen Sie dann mit Ihrem Telefon die dort angegebene Nummer und geben Sie die Meeting-ID und Teilnehmer*innen-ID ein.

Nach dem Eintritt in den Meeting-Raum:

Nun können Sie den Meeting-Raum betreten. In der Leiste am unteren Bildschirmrand können Sie Ihre Audio- und Videoquellen anpassen und stumm stellen.

Alle anderen Teilnehmenden sehen Sie unter *Teilnehmer*.

Wir empfehlen, dass Sie Kamera und Mikrofon die gesamte Veranstaltung über ausgeschaltet lassen. Dies verhindert störende Geräusche während der Veranstaltung und soll zudem die Übertragungsqualität stabilisieren. Ggf. können Sie Bild und Ton bei direkten Fragen wieder aktivieren.

Grundsätzlich können Sie aber Ihre Fragen an die Vortragenden oder andere Teilnehmende jederzeit im Chat formulieren. Wir haben die Vortragenden gebeten, uns ihre Beiträge als vorproduzierte Video-Aufnahmen zur Verfügung zu stellen. Damit wären die Vortragenden bereits während ihres Beitrag im Chat direkt ansprechbar.

Um den Chatverlauf anzuzeigen, klicken Sie in der unteren Leiste auf *Chat*. Unsere Moderator*innen werden sich bemühen, alle Fragen – die nicht während des Vortrags berücksichtigt werden konnten – aufzugreifen und gebündelt sowie nach verfügbarer Zeit nach dem jeweiligen Beitrag an die Vortragenden zu richten.

Jetzt kann Ihre Konferenz beginnen.

Viel Spaß bei der Teilnahme und beim produktiven Austausch untereinander!

Ihr Team der MAI-Tagung/MAI-lights

ABSTRACTS und VITEN

(Stand: 20. Mai 2021)

Mittwoch, 26. Mai 2021

MAI-light IV:

Online-Vermittlung – aus der Krise in den Kanon

14:00 – 17:45 Uhr, inkl. Nachschlag (30 min)

Kunst ohne Museum

Vermittlung in Zeiten der Corona-Pandemie

*Sandra Richter, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität
Bonn/Kunstgeschichte*

Während des beispiellosen Jahres 2020 ist die Online-Vermittlung zu einer zentralen Aufgabe der Museen geworden. Ziel des Vortrages ist es, exemplarisch einen Blick auf verschiedene Lösungsansätze deutscher Kunstmuseen zu werfen und diese hinsichtlich ihrer Gestaltung zu hinterfragen.

Untersuchungsschwerpunkt

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit im Studiengang Museumskunde der HTW Berlin ist eine exemplarische Analyse digitaler Kunstvermittlung in Zeiten der Corona-Pandemie entstanden. Die Untersuchung betrachtet Online-Angebote, die während der Schließzeit im Frühjahr 2020 erstmalig zur Verfügung gestellt wurden. Trotz der Vielfalt musealer Vermittlung stellt die Arbeit digitale Ausstellungen, Führungen und beteiligungsorientierte Angebote wie Wettbewerbe oder Spiele in den Fokus. Hierfür erfolgt eine Betrachtung folgender sechs Museen und Museumsverbände: 1) Staatliche Museen zu Berlin, 2) Bayerische Staatsgemäldesammlung, 3) Staatliche Kunstsammlung Dresden, 4) Berlinische Galerie, 5) Kunsthalle Mannheim, 6) Museum Villa Stuck, München. Aus deren digitalem Vermittlungsangebot wurden insgesamt elf Fallbeispiele erstmalig zur Verfügung gestellt und hinreichend individueller Angebote identifiziert.

Gestaltung digitaler Vermittlung

Insbesondere wird herausgearbeitet, welche Nutzungsgruppen die vorgestellten Vermittlungsangebote ansprechen, welche Arten der Interaktion aufgebaut werden und welche Bezüge zu bestehenden Formaten erkennbar sind. Zudem werden Daten der Reichweite einzelner Angebote für eine Beurteilung des quantitativen Erfolges herangezogen. Die Kategorien der qualitativen Analyse orientieren sich an vermittlungstheoretischen Ansätzen wie dem Besuchstypenmodell von John H. Falk (Falk 2014, S. 110) oder dem Interaktionsverständnis von Guido Fackler und Astrid Pellengahr (Fackler et al 2019, S. 39). Ergänzend wurden Interviews mit Mitarbeitenden von drei der sechs Institutionen durchgeführt.

Ergebnisse

Die elf Vermittlungsangebote nutzen verschiedene Medien und sind zum Teil temporär, live oder dauerhaft verfügbar. Aus der Analyse ergibt sich, dass die Museen häufig an einem Austausch mit den Nutzenden interessiert waren und deren Bedürfnisse abgefragt oder Feedback eingeholt haben. Trotzdem gelingt es kaum, durch die untersuchten digitalen Angebote ein gemeinschaftliches Erlebnis zu erzeugen. Die Ansprache der Nutzenden erfolgt überwiegend, ohne ein spezifisches Vorwissen vorauszusetzen. Besonders die digitalen Führungen orientieren sich am herkömmlichen Format, passen das Angebot jedoch z. T. an die Bedürfnisse eines digitalen Publikums an. Die vorgestellten beteiligungsorientierten Angebote orientieren sich häufig an Internetphänomene wie z. B. Memes oder Influencer*innen. Damit bietet die Untersuchung einen exemplarischen Einblick in die Entwicklung der Corona-Krise. Eine verstärkte Kommunikation zwischen Museen und Nutzenden - sowie das Bewusstsein für die Besonderheiten von Online-Kommunikation - können wichtige Wegweiser für die zukünftige digitale Vermittlung sein.

Literatur

Fackler, G.; Pellengahr, A.: „Virtuell ausstellen. Chancen, Perspektiven und Missverständnisse der Digitalisierung am Beispiel virtueller Ausstellungen“. In: Museumskunde. Fachzeitschrift für die Museumswelt (84) 2019, S. 34–41.

Falk, John H. (2014): Understanding museum visitors' motivations and learning. Motivation and Learning Styles. Online verfügbar unter: [https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Indsatsomraader/Brugerundersogelse/Artikler/John Falk Understanding museum visitors motivations and learning.pdf](https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Indsatsomraader/Brugerundersogelse/Artikler/John_Falk_Understanding_museum_visitors_motivations_and_learning.pdf)
(Zuletzt geprüft: 20.05.2021)

Sandra Richter

ist Masterstudentin im Fach Kunstgeschichte an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn.

Während ihres Studiums konnte sie Praktika u. a. in den Staatlichen Museen zu Berlin und dem Museum Barberini absolvieren.

Ihren Bachelor schloss sie im Studienfach Museumskunde an der HTW Berlin mit Auszeichnung ab. Das Thema ihrer Bachelorarbeit war „Museale Kunstvermittlung Online. Exemplarische Betrachtungen digitaler Vermittlungsangebote während der Corona-bedingten Schließung im Frühjahr 2020“ betreut durch Prof. Dr. Dorothee Haffner (HTW Berlin) und Prof. Dr. Monika Hagedorn-Saupe (Museum4punkt0).

dialogisch – digital – direkt

Online-Führungen im LWL-Museum für Archäologie

Dr. Michael Lagers, LWL-Museum für Archäologie, Westfälisches Landesmuseum Herne

Seit Sommer 2020 bietet das LWL-Museum für Archäologie ein neues Vermittlungsformat an, das sich inzwischen zu einem Erfolgsmodell mit enorm großem Ausbaupotential entwickelt hat: dialogische Online-Führungen.

Das Konzept ist denkbar einfach, erfordert allerdings einiges an Übung sowie an Investitionsbereitschaft. Zwei Personen stellen einzelne Zeit- und/oder Themenbereiche über die Videokonferenz-Software Zoom vor, und zwar mit zwei unterschiedlichen Endgeräten aus zwei verschiedenen Perspektiven. Während die eine Person vor einer ruhenden Kamera steht und den roten Faden in den Händen hält, ist die andere Person mit einer Handkamera in Form eines Smartphones ausgestattet und nimmt sich der Details an.

Die ruhende Kamera besteht aus einem leistungsstarken Notebook, für das eigens ein Medienwagen entwickelt und von der Werkstatt des Museums (um)gebaut wurde. Zur technischen Ausstattung des Wagens gehören unter anderem ein Notebook-Stativ, ein beweglicher Scheinwerfer, zwei kabellose Headsets, ein leistungsstarkes Smartphone mit Handstativ, eine Powerbank, eine sich selbst aufrollende Netzkabelverbindung sowie Ladestationen für die genannten Geräte. Außerdem ist der Wagen mit Fundrepliken ausgestattet, die vor der ruhenden Kamera als Demonstrationsobjekte zum Einsatz kommen.

Das Smartphone ist die Grundausstattung der zweiten Person, die intern als „Außenreporter*in“ bezeichnet wird. Der*die Außenreporter*in ist von den Teilnehmenden zumeist selbst nicht zu sehen, sondern nur über dessen*deren Stimme zu erfahren. Hier geht es in erster Linie darum, Exponate aus kürzester Distanz vorzustellen, auf Details aufmerksam zu machen und Perspektiven zu präsentieren, die analoge Besucher*innen nicht wahrnehmen würde.

Der*die Vermittler*in vor der Kamera, der*die die Moderationsrolle übernimmt, führt gleichzeitig Regie und kümmert sich um den Chat. Die Regieführung ist dabei nicht allein auf das Umschalten zum*zur Außenreporter*in bezogen, sondern auf eine Vielzahl von digitalen Quellen, die zum Einsatz kommen. Über die Möglichkeit, den Bildschirm zu teilen, stehen dem*der Moderator*in nämlich sämtliche Formen und Formate zur Verfügung, die sich auf einem Notebook präsentieren lassen. So können sämtliche Inhalte des Multimediaguides – vor allen Dingen Filme und Animationen – mit in die Führung eingebettet werden. Fundplätze werden sichtbar, Expert*innen mit eingeschaltet und Karten aufgerufen. Für manche Exponate liegen 3D-Darstellungen vor. Sie erlauben einen individuell gesteuerten Rundumblick und eine Vergrößerung von Details, die Besucher*innen vor Ort in dieser Form nicht erfahren könnten. Ohnehin sind viele Funde, die in den Online-Führungen vorgestellt werden, erstmals Bestandteil einer Führung. Da sie sich entweder an Orten befinden, die nur von Einzelbesucher*innen aufgesucht werden können, oder aufgrund ihrer

geringen Größe für Gruppen ungeeignet sind, bleiben sie häufig unbeachtet. Mit den Einspielern und der Handkamera hingegen bekommen die Exponate ihre ganz große Bühne geboten.

Inzwischen hat auch Augmented Reality Einzug in die Online-Führungen gehalten. Die sogenannten „Geister der Vergangenheit“, die in der Ausstellung mit einer entsprechenden Software auf dem Handy oder Tablet aufgespürt werden können, wandeln nun auch über die Bildschirme derer, die an der Führung teilnehmen. Sie bewegen sich durch den*die Moderator*in hindurch oder lassen sich unbeeindruckt bei ihren Tätigkeiten beobachten.

Aufgrund der Vielzahl an Möglichkeiten, den Online-Besucher*innen über das bloße Betrachten und Interpretieren der Funde hinaus die Inhalte unserer Ausstellung zu vermitteln, sind die Online-Führungen im LWL-Museum für Archäologie zu einem ganz neuen Format gereift, das auch in Zukunft neben den analogen Führungen Bestand haben wird. Es sind genau diese digitalen Möglichkeiten, die das Format zusammen mit dem Aspekt des dialogisch aufbereiteten Perspektivwechsels zu einer kurzweiligen, abwechslungsreichen und inhaltsvollen Alternative machen. Sie ersetzt allerdings genauso wenig eine analoge Führung wie eine analoge Führung eine digitale ersetzen würde. Stattdessen stehen sich zwei Formate gegenüber, die sich in Herne zukünftig als gleichberechtigt in das Gesamtangebot einfügen.

Michael Lagers

studierte an der Universität Bielefeld Geschichte und Biologie auf Lehramt und promovierte im Anschluss in Mittelalterlicher Geschichte. In dieser Zeit sammelte er erste museumspädagogische Erfahrungen als freier Mitarbeiter im Museum in der Kaiserpfalz Paderborn und im Kloster Dalheim, heute LWL-Landesmuseum für Klosterkultur. Es folgte ein wissenschaftliches Volontariat im neu aufgebauten LWL-Museum für Archäologie in Herne. Hier war er entscheidend am Aufbau der Abteilung Museumspädagogik beteiligt, die er seit 2008 als wissenschaftlicher Referent leitet. Daneben ist er für die Veranstaltungsplanung und für Social Media verantwortlich.

Das Kölner NS-DOK in der virtuellen Welt **Museumspädagogische Perspektiven für die digitale** **Ausstellung in der virtuellen Welt des 360-Grad-Rundganges**

Dr. Dirk Lukaßen, Museumsdienst Köln/ Referent Bildung und

Vermittlung am NS-Dokumentationszentrum

Christine Bolz M.A., Redaktionsbüro Dank, Köln

Nicht erst seit der sog. „Corona-Krise“ mitsamt den Einschränkungen des öffentlichen und kulturellen Lebens – aber gleichwohl dadurch noch einmal verdeutlicht und beschleunigt – stehen die Museen und Gedenkstätten vor den Herausforderungen, ihre Inhalte und Geschichten auch in der digitalen Welt zu präsentieren.

Das NS-DOK Köln als größte lokale Gedenkstätte der Bundesrepublik verfügt in der digitalen Präsentation seiner Themen bereits über langjährige Erfahrungen. Verschiedene Portale und Online-Datenbanken bieten Vertiefungsmöglichkeiten und weitergehende Recherchezugänge an. Der Schwerpunkt in diesem Vortrag soll auf dem umfangreichen multimedialen 360-Grad-Rundgang und seinen Einsatzmöglichkeiten in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit liegen. Als eines der ersten Museen in Köln hat das NS-DOK seine Ausstellung mitsamt aller Audio- und Medienstationen im virtuellen Raum präsentiert.

Seit diesem Jahr werden auf der Grundlage auch vermehrt rein digitale Sonderausstellungen angeboten, wie die Ausstellung zum Jugend- und Schülergedenktag im Januar 2021 (www.nsdok.de/jsgt2021) oder auch die ursprünglich für März 2021 angesetzte Sonderausstellung „Thessaloniki – Gespaltene Erinnerungen.“ (Das aktuelle Programm mit den weitergehenden Links finden Sie auf der Website www.nsdok.de). Die (digitale) Bildungs- und Vermittlungsarbeit kann hier aber nicht enden – sondern muss hier vielmehr beginnen – mitsamt einer didaktischen Fokussierung des umfangreichen Online-Datenmaterials, mit methodisch angeleiteten Zugängen und Impulsen, mit Angeboten für Einzelbesucher*innen, aber auch kollaborativen Elementen für Gruppen und insbesondere für Schulklassen.

Auf all diese Erfordernisse haben wir mit der Entwicklung eines innovativen Didaktik-Tools für den 360-Grad-Rundgang des NS-DOK reagiert, welches im März 2021 online präsentiert wurde. Das Tool und das dahinterliegende Redaktionssystem ermöglicht es Museumspädagog*innen, eigenverantwortlich und selbstständig, digitale Führungen im 360-Grad-Rundgang anzulegen, welche mit individuellen Zugängen zu den Exponaten und Geschichten, mit methodischen oder inhaltlichen Impulsen und Hintergrundinformationen eine museumspädagogische Inszenierung und didaktische Fokussierung ermöglichen.

Die digitalen Besucher*innen wiederum erhalten die Optionen, von zuhause aus oder als Augmented Reality im Museumsraum, das Tool für einen individuellen Zugang zu nutzen: Die Geschichte und Geschichten können in aller Ruhe jenseits des Trubels im Museum erschlossen, vor- oder nachbereitet werden. Kollaborative Elemente und die Möglichkeit, schriftliche Aufgabenstellung zu bearbeiten sowie die Ergebnisse herunterzuladen, lassen den Einsatz auch im Schulkontext als überaus sinnvoll erscheinen. Es

geht uns dabei nicht um die reine Vermittlung von Informationen, welche in den 360-Grad-Rundgängen zu genüge zu finden sind, sondern um deren didaktisch reduzierte und fokussierte Präsentation sowie auch um einen sukzessiven und eben auch reflektierten Annäherungsprozess an didaktisch aufbereitete Inhalte – also um Möglichkeiten, welche in der digitalen (Museums-)Welt in dieser Form gänzlich neu sind. Perspektivisch sollen darüber hinaus verstärkt auch Elemente der Augmented Reality implementiert werden, welche das Tool im Ausstellungs-, vor allem aber auch im Stadtraum für neuartige Zugänge zu Kunst und Kultur, Geschichte und gesellschaftliche Entwicklungen nutzbar machen.

Dr. Dirk Lukaßen

Referent für Bildung und Vermittlung, inhaltlich für das Angebot verantwortlich

Christine Bolz

Teilhaberin des Redaktionsbüros *Dank*, für die technischen Fragen und die Programmierung zuständig

PAUSE (ca. 15. min)

Social Media und digitaler Sozialraum

Die Veranstaltungsreihe wird auch dieses Jahr von Frau Neumann von museums(t)raum auf Twitter begleitet.

Der Hashtag lautet: **#maitagung**



Bei unserer Umfrage während des ersten MAI-lights gaben über die Hälfte der Teilnehmenden an, dass Sie „wonder.me“ kennen und auch nutzen würden (vorbehaltlich der Klärung, ob eine Nutzung z. B. dienstlich möglich und gestattet ist).

Darum haben wir uns entschieden, auf dieser Basis einen fakultativen und informellen Ausklang der MAI-lights anzubieten. So hätten Sie auch im Anschluss an diese Veranstaltung ergänzend die Möglichkeit, sich im digitalen Sozialraum von „wonder.me“ – welcher durch unsere Kooperationspartnerin Frau Neumann zur Verfügung gestellt wird – mit den anderen Teilnehmenden und Vortragenden zu treffen und auszutauschen.

Dort können Sie Ihren Avatar auf andere zubewegen, um sich mit ihnen unterhalten zu können. Am einfachsten geht dies mit den Pfeiltasten auf der Tastatur. Sobald Sie einen oder mehrere andere Avatare erreichen, werden Ihr Mikro und Ihre Kamera aktiviert (sofern Sie es erlaubt haben).

Sie können sich dann in Ihrem „Circle“ unterhalten, oder rechts am Rand den Chat nutzen. Falls Sie Hilfe brauchen, navigieren Sie gern in den Hilfe-Bereich oder machen Sie per Chat auf sich aufmerksam.

Viel Vergnügen und gute Gespräche!

Der Link lautet:

<https://www.wonder.me/r?id=0de56a66-ea36-494c-b810-db40f5cf0684>



Digitale Live Touren im Museum Barberini **Wie das Museum Barberini auch während SARS-Cov2** **kunstinteressierte Gäste erreicht**

Dr. Dorothee Entrup, Museum Barberini, Potsdam

Florian Rogge, Giant Monkey GmbH, Berlin

Eines der Kernanliegen eines Museums, die Vermittlung, ist von der Pandemie enorm stark betroffen, da sie in der Regel Anwesenheit vor Ort voraussetzt. Daher hat das Museum Barberini mit großem Erfolg alternative Wege der Kunstvermittlung entwickelt. Neben Formaten wie 360°-Ansichten und gestreamten Videoführungen spielen dabei Live-Führungen, also Führungen, bei denen Museumsguides persönlich per Videokonferenz das Museum oder eine Ausstellung präsentieren, eine besondere Rolle.

Die Guides können dabei virtuell mit Hilfe der 360°-Ansicht durch die Ausstellungsräume navigieren oder eine PowerPoint-Präsentation vorstellen. Diese Live Touren bieten dem kunstinteressierten Publikum eine hohe Vermittlungsqualität sowie eine persönliche, individualisierte Darstellung, auf Wunsch auch in ausgewählten Fremdsprachen, in Gebärdensprache oder als Telefon-Führung für Blinde.

Neben der technischen Umsetzung der virtuellen Konferenzen liegt die entscheidende Herausforderung für das Museum in der Etablierung eines praktikablen Buchungs- und Bezahlprozesses mit gleichzeitigem Einwahl-Link-Versand über das Besucher*innen-Managementsystem go~mus. So kann das Museum nicht nur seinem Vermittlungsauftrag nachkommen, sondern auch Umsätze und Einkünfte für freiberufliche Guides in diesen schwierigen Zeiten generieren.

Wir wollen zeigen, wie solche Angebote und ihre Termine verwaltet und verkauft werden können. Dabei berichtet das Museum Barberini über die konkreten Erfahrungen mit der Handhabung von bis zu 50 solcher Führungen pro Woche. Dabei wird auf die Anlage der Termine, die Verbindung mit einem geeigneten Videokonferenzsystem, den Verkauf, Guide-Disposition, Abwicklung der Führung, technische Voraussetzungen vor Ort u. v. m. eingegangen.

Limitationen der aktuellen Lösung sollen dabei auch zur Sprache kommen: Das eingesetzte Besucher*innen-Managementsystem go~mus verfügt bisher nicht über eine Schnittstelle zum eingesetzten Videokonferenzsystem Zoom. In der Folge muss das Museum aktuell zunächst Serien- und Einzeltermine im Besuchermanagementsystem erzeugen, dann manuell kongruente Serien- und Einzeltermine im Videokonferenzsystem anlegen und anschließend die Links der Videokonferenztermine in den Terminen im Besucher*innen-Managementsystem eintragen. Ob diese Lücke über eine Schnittstellenanbindung von Zoom geschlossen werden kann, wird aktuell geprüft.

Dr. Dorothee Entrup

Kunsthistorikerin und Bankkauffrau, Bildung & Vermittlung und Referat der
Direktion im Museum Barberini

Florian Rogge

Betriebswirt, Vertriebsleiter bei Giant Monkey GmbH

Kleiner Aufwand – große Wirkung

Live Chats der Pinakotheken aus München

Jochen Meister M.A. / Max Westphal M.A., Bayerische Staatsgemäldesammlungen, München

Originale erleben. Der Slogan der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen mit international bekannten Kunstwerken vom Mittelalter bis in die Gegenwart bringt auf den Punkt, vor welchen Herausforderungen die Mitarbeiter*innen der Kunstvermittlung mit dem Lockdown standen. Eine bis dahin fast 100% analog ausgerichtete Abteilung wurde in den digitalen Raum katapultiert. Um es vorwegzunehmen: Die positiven Effekte einer Verzahnung mit der digitalen Kommunikation, eines Bewusstwerdens und Reflektierens der Formate und Inhalte haben uns gezeigt, dass die Transformation überfällig war. Die wichtigsten Faktoren waren dabei Risikobereitschaft, Mut zum Experiment und neue Kommunikationsstrukturen.

Nach der Etablierung des Dialog-Formates #PinaLive auf Instagram während des ersten Lockdowns haben sich die ab Dezember durchgeführten Live Chats als erfolgreiches Format erwiesen. Zur Vermittlung über die intern verwendete Konferenzsoftware MS Teams wurden die Führungsthemen adaptiert und mit freien Kräften oder Kurator*innen live präsentiert. Dabei kommen sowohl vorbereitete Präsentationen als auch spontanes Surfen durch Bilddatenbanken wie die eigene Online-Sammlung zum Einsatz. Dank hochauflösender Digitalisate, weltweit verfügbar über Bavarikon oder Google Arts and Culture, sind „Kamerafahrten“ durch das Bild möglich. Details werden sichtbar, die sich vor dem Original nicht erleben lassen – schon gar nicht mit 80 Teilnehmenden.

Dabei ist der Aufwand gering: Weder musste eine eigene Software angeschafft werden, noch wurden externe technische Dienstleistungen beansprucht, abgesehen von neuen IT-Kompetenzen und angemessener technischer Ausstattung, die von Honorarkräften bei Führungen im Museumsraum nicht gefordert ist. Der Personalaufwand der Institution erstreckt sich auf die Moderation, die Organisation und die Veröffentlichung.

Für die Live Chats ist die digitale Strategie der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen als Fundament zu begreifen, die auch durch digitale Angebote das persönliche Erlebnis mit Kunst bereichern will. Wir begegnen dem digitalen Publikum mit der gleichen Wertschätzung wie im Museumsraum: Vermittler*in und Moderator*in führen durch den Termin und sind im Video sichtbar, Teilnehmende werden ermutigt, im Chat zu interagieren. So beeinflusst das Publikum auch den Verlauf – wir suchen den direkten Dialog, um die Interessen der Besucher*innen besser berücksichtigen zu können. In einem abschließenden Feedback-Fragebogen holen wir Anregungen oder Kritik zur Weiterentwicklung des Formats ein.

Mit den Live Chats wurde im digitalen Raum ein Zugang zur Kunst für Stammgäste wie auch für neues Publikum geschaffen, welches das ortsungebundene Format als Chance begreift, am Erlebnis international renommierter Kunst teilzuhaben. Die Kunstvermittlung bekommt eine

medienpädagogische Komponente, wenn viele Teilnehmende den Umgang mit digitalen Tools erst einüben müssen. Die Begegnung mit dem Publikum im digitalen Raum ist auch für die Museumsmitarbeiter*innen ein neues Erlebnis: Der soziale Aspekt einer themenzentrierten Gemeinschaft spielt wie im Museumsraum eine große Rolle; man lernt sich kennen, man kennt sich, man sieht sich wieder.

Die Statistik ist eindrucksvoll: So wurden in den ersten drei Monaten 956 Anmeldungen zur Teilnahme an den kostenlosen Live Chats entgegengenommen; der Durchschnitt im Februar lag bei 57 Anmeldungen pro Termin. Dieses Feedback verdeutlicht die Notwendigkeit, dass die neuen Online-Formate auch bei wiedereröffneten Museen eine Säule im Programm der Kunstvermittlung bilden, die in enger Verbindung mit den Angeboten vor Ort und den Kunstwerken im Museum steht. Die Möglichkeiten sind hierbei noch keineswegs ausgeschöpft.

Jochen Meister

M.A., Leitung Besucherservice und Kunstvermittlung der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen seit 2011.

Max Westphal

M.A. arbeitet seit 2019 für die Digitale Kommunikation der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen.

GNMkids

Das Kinder-VideoBlog des Germanischen Nationalmuseums

*Dr. Andrea Langer MBA / Maria Meinert / Sandra Knocke M.A.,
Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg*

Im Zuge der aktuellen Umsetzung der Strategie des Germanischen Nationalmuseums für Familien und aufgrund des stetig wachsenden digitalen Angebots entsteht seit Oktober 2020 mit GNMkids ein videobasierter Museumsblog eigens für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren. Im Sinne eines digitalen Besuchs bilden die kurzweiligen Videos die Welt eines Museums kindgerecht ab und informieren über Wissenswerte aus den Bereichen Kunst, Kultur und Geschichte. Thematisch an die Lebenswirklichkeit der Kinder anknüpfend werden Fragen über die hauseigenen Exponate sowie auch über die unterschiedlichen Bereiche des Museums beantwortet.

Unterstützt wird die Erarbeitung der Inhalte durch die Wissenschaftler*innen des Hauses und durch Mitarbeiter*innen des Kunst- und Kulturpädagogischen Zentrums der Museen in Nürnberg. Die Idee für das Projekt, die vor der Pandemie entstand, durch diese aber eine schnellere Umsetzung erfuhr, stammt von Dr. Andrea Langer, Leiterin des Referates Wissenschaftsmanagement und Marketing am GNM. Konzipiert und umgesetzt werden die Videos von der ausgebildeten Moderatorin und Redakteurin Maria Meinert sowie der Medienwissenschaftlerin Sandra Knocke.

Im Vordergrund des Projekts steht die Vorstellung, Kindern auch abseits der analogen Möglichkeiten die vielfältige Bandbreite der kulturgeschichtlichen Sammlungen vorzustellen. Bisher wird in der Bearbeitung zwischen zwei Videoformaten unterschieden: Während die knappen „Kurz erklärt“-Beiträge Fragen wie „Was ist ein Depot?“ pointiert und ausschließlich durch Voice-Over und Bildstrecken beantworten, betrachten die von Meinert moderierten ausführlicheren Videos die Facetten und Objekte eines Museums tiefergehend.

Die Moderatorin, die die unterschiedlichen Ausstellungen und Bereiche vorstellt, fungiert in diesen Formaten als Bezugsperson für interessierte Kinder. Um das behandelte Thema durch eigene Initiative und unter Einbeziehung der motorischen Fähigkeiten zu vertiefen, werden die Videos durch kleine Kreativarbeiten, die abschließend vorgeführt und erklärt werden, unterstützt.

Das Blog ermöglicht dem Museum die Kontaktaufnahme zu einer jüngeren Generation, die ihre Lerninhalte und Freizeitgestaltung immer intensiver über digitale Medien bezieht. Durch die Videos, die jederzeit kostenlos online abrufbar sind, ist es möglich, eine Verbindung fernab der Museumsräume herzustellen und die junge Zielgruppe zeit- und ortsunabhängig zu erreichen. Bestenfalls ergibt sich daraus ein in diesem Bereich bisher wenig genutzter Weg der Kommunikation und Interaktion, da die Zuschauenden in den Videos zum Mitmachen, Fragen beantworten und zu Besuchen musealer Einrichtungen inspiriert werden können.

Durch das Medium Video entsteht für das Museum außerdem eine neue und spannende Grundlage, die es zulässt, die Beschäftigung mit den Exponaten, deren Bezüge zueinander und die Atmosphäre der Räume in besonderem Maße einzufangen und zu vernetzen. Nach einem halben Jahr, in dem das Blog intensiv bespielt und bearbeitet wurde, ist es möglich, erste Erfahrungen und Ergebnisse (technischer und redaktioneller Aufwand, Reaktionen der Zielgruppe und der bisherige Ertrag für das Haus) zusammenzufassen und zu präsentieren.

Dr. Andrea Langer

1982 – 1985 Studium Latein, Germanistik und Geschichte an der Universität Mainz / 1985 – 1997 Studium Kunstgeschichte, Geschichte und Germanistik an den Universitäten Mainz und Würzburg

1995 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Forschungsschwerpunkt für Geschichte und Kultur Ostmitteleuropas, Berlin

1996 – 2008 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Geisteswissenschaftlichen Zentrum Geschichte und Kultur Ostmitteleuropas an der Universität Leipzig

2004 – 2007 Berufsbegleitender Masterstudiengang Kulturmanagement und -marketing an der Hochschule Harz/Hochschule Merseburg (MBA)

Seit Juni 2008 Leiterin des Referats Wissenschaftsmanagement und Marketing am GNM

Seit 2011 Seminare zum Arbeitsfeld „Wissenschaftsmanagement und Marketing am Museum“ in Kooperation mit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Kunstgeschichte, Studiengang „Museumsarbeit“

Maria Meinert

2012 – 2013 Volontariat Radiomoderatorin/-redakteurin im Funkhaus Regensburg / 2014 – 2015 Jungredakteurin im Funkhaus Regensburg / 2015 – 2018 Moderatorin und Redakteurin bei egoFM in München

Seit 2016 Moderatorin bei Super RTL für „Einfach Tierisch“, „Woozle Goozle“, „Barbie erklärt's“, „Toggo Tour“ u. v. m.

Seit 2018 Bachelorstudium Kunstgeschichte und Kulturgeschichte des Christentums an der Universität Erlangen-Nürnberg

Seit 2020 Wissenschaftliche Hilfskraft am Germanischen Nationalmuseum

Sandra Kristin Knocke

Studium der Germanistik, Kunstgeschichte, Betriebswirtschaftslehre (B.A.) und der Literatur und Medienwissenschaft (M.A.) an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

Seit 2017 Mitarbeiterin am Germanischen Nationalmuseum (Nürnberg) im Referat „Wissenschaftsmanagement und Marketing“ und u. a. für die Social Media-Aktivitäten des Museums z. B. das Videoblog GNM_Kids tätig.

Seit 2019 Doktorandin bei Jörn Glasenapp (Bamberg) mit dem Dissertationsprojekt „Der Besucher im Kunstmuseum: Fotografische Darstellungen der sozialen Praxis des Museumsbesuches“. Aktuelle Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: mediale Darstellungen des Museumsbesuches, Museumsfotografie, deutschsprachige Museumslandschaft, Bourdieus Kultursoziologie, Performativität des Theaters.

Kunstverschwendung?

Die Staatliche Kunsthalle Karlsruhe auf neuen digitalen Wegen

Tabea Schwarze, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe

Offen – anders – kreativ: Das war der Ansatz des Vorhabens für das Projekt, das das Ministerium für Forschung, Wissenschaft und Kunst Baden-Württemberg Ende 2018 der Kunsthalle Karlsruhe im Rahmen des Förderprogramms „Digitale Wege ins Museum II“ bewilligte. Um die anvisierte, nicht per se museums- oder kunstaffine Zielgruppe tatsächlich mit dem Angebot erreichen zu können, wurde diese schon vor Antragsstellung in Form von Fokusgruppenbefragungen einbezogen.

In Kombination mit Workshops – u. a. mit der Expertin für digitale Vermittlung Anke von Heyl – entstand die Vision eines digitalen Raumes, der sich in unterschiedliche Bereiche gliedert. Je nach eigenen Vorlieben und Interessen sollte sich die Zielgruppe – frei von zu didaktischen Zwängen – angesprochen fühlen und sich auf ungewöhnliche Weise mit Themen der Kunst und Kunstwerken auseinandersetzen können: Mit *Art of Wasting Time* werden mit humorvollen Persönlichkeitstests, die auf Details von Kunstwerken basieren, eigene Moodboards erstellt. Diese dienen als Ausgangspunkt für eine weitere inhaltliche oder kreative Auseinandersetzung mit den Werken der Kunsthallen-Sammlung. *Art of Chit-Chatting* erzählt unterhaltsame Anekdoten über die Werke der Sammlung, das Museum und den Alltag der Mitarbeiter*innen. *Art of Creating Stuff* hingegen ermöglicht einen kreativen Umgang mit der Kunst und zählt auf das Individualisierungs- und Kurationsbedürfnis der Zielgruppe ein.

Die drei unter *Art of* zusammengefassten Angebote vereint, dass sie allesamt an der Lebenswirklichkeit der Zielgruppe ansetzen und eine neue, andere Form der Begegnung mit Kunst ermöglichen. Auch beim Launch des Projektes im Sommer 2020 – inmitten der Covid-19-Pandemie – wurde auf für Museen nicht gewöhnliche Wege gesetzt, um die anvisierte Zielgruppe tatsächlich zu erreichen.

Der Projektverlauf und das mit dem DigAMus-Award ausgezeichnete Projekt sowie die Reaktionen der Community bestätigten abermals den Ansatz, in der Entwicklung digitaler Angebote ganzheitlich, zielgruppenspezifisch und nachhaltig zu denken und auch die notwendige – teilweise schmerzhaft – Kritikfähigkeit und den berühmten langen Atem mitzubringen.

Auch in Anbetracht der in wenigen Monaten anstehenden mehrjährigen Sanierungsphase der Kunsthalle und der damit einhergehenden Schließzeit wird die Kunsthalle in den kommenden Monaten ihre digitalen Angebote noch stärker ausbauen, ausdifferenzieren, ergänzen und erweitern. Das Ziel bleibt es, wie auch im analogen Raum, zielgruppengerechte Angebote zu entwickeln und im entsprechenden Publikum zu etablieren. Ein Podcast, diverse und breit gefächerte Angebote der Kunstvermittlung sowie Kreativangebote sind dabei als Auftakt eines ganzheitlichen Museumserlebnisses im Digitalen zu sehen.

Möglich werden diese Konzepte nur mit dem entsprechenden Team und Mindset – Digitalisierung ist schön, macht aber auch viel Arbeit. Um hier alle Kolleg*innen mitzunehmen und ein nachhaltiges Change-Management zu etablieren, wurden intern verschiedene Tools und Formate eingeführt und nachjustiert, um die Kunsthalle für ihren eigenen Wandel vorzubereiten.

Tabea Schwarze

ist seit Oktober 2020 Digital Managerin der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe, zuvor verantwortete sie hier seit 2017 die Digitale Kommunikation.

Sie absolvierte zuvor ein wissenschaftliches Volontariat im Bereich der Digitalen Kommunikation im Museum Marta Herford, davor war sie als Art Consultant tätig. Sie studierte Medienkultur in Weimar sowie Kulturanalyse und Kulturvermittlung in Dortmund.

Nachschlag:

#CoronaCollectionHH

der Stiftung Historische Museen Hamburg (SHMH)

Anna Symanczyk, Stiftung Historische Museen Hamburg

Die Pandemie und die damit zusammenhängende Krise hat uns weiterhin fest im Griff. Die Auswirkungen und Veränderungen der Stadt, aber auch des Alltags ihrer Bewohner*innen, gilt es, zu sammeln. Neben der analogen Sammlung, die im Museum für Hamburgische Geschichte im März 2020 anlief, wurde das Projekt gleichzeitig im Digitalen mitgedacht und aufgesetzt. Es werden nicht nur physische Objekte gesammelt, sondern auch digitale: so u. a. der Live-Ticker des Norddeutschen Rundfunks (NDR).

Dafür wird parallel eine archivalische Infrastruktur aufgebaut, um das digitale Sammeln und Bewahren zu unterstützen. Die #CoronaCollectionHH ist außerdem als digitales Sammlungsprojekt angelegt und das Hashtag wird auf einem Social Media Feed auf den Museumsseiten ausgespielt.

Es entstand diese Seite, auf der Ergebnisse gesammelt wurden:

<https://shmh.de/de/corona-museum-sammlung>.

Die Bestandteile sind:

- Die Sammlung von digitalen Einsendungen
- Die Sammlung und Präsentation von analogen Objekten (zeitnah folgt ein „Seemannsgarn-Battle“ zum Türschloss als Video-Format)
- Der Social Media Feed, der täglich aktualisiert wird und einen kuratierten Blick in die sozialen Medien wirft.
- Konfliktmonitor (eine Umfrage zu kritischen Fragen bzgl. der Pandemie, deren Ergebnisse in eine Ausstellung ab Herbst 2021 eingehen werden.)
- Kooperation mit dem Coronarchiv

Die Pandemie hat hier nicht nur als Thema einen großen Einfluss gehabt, sondern greift auch strukturell in bestehende Museumsabläufe ein. Digitales Sammeln war bislang nur schwer möglich, das direkte Ausspielen von digitalen Sammlungsbeständen ebenfalls nicht. Die enge Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Digitaler Kommunikation hat hier reibungslos funktioniert. In dem Beitrag bei den MAI-lights möchte ich daher auf den übergreifenden Charakter dieses Projektes eingehen, der die Arbeit mit der analogen und digitalen Sammlung, die Zusammenarbeit zwischen den Stiftungsmuseen sowie die Darstellung und Integration von Social Media in die Sammlungsaktivitäten positiv geprägt hat. Die eingesetzten Tools sollen dabei auf einer praktischen Ebene vorgestellt werden, aber auch Fragen zur Konzeption solcher Projekte geklärt werden.

Anna Symanczyk

ist seit 2016 für die Online-Kommunikation der Stiftung Historische Museen Hamburg zuständig. Zum Museumsverbund gehören zahlreiche Hamburger Museen und deren Außenstellen, deren digitale Kommunikation über die Stabstelle läuft, bei der Anna Symanczyk tätig ist.

Sie hat Kulturanthropologie, Kunstgeschichte und Museumsmanagement studiert und im Anschluss an der Universität Hamburg als Wissenschaftliche Mitarbeiterin und an der HafenCity Universität als Lehrbeauftragte gearbeitet. Ihre Doktorarbeit zum Thema „Product Sound Design“ hat sie im Jahr 2020 erfolgreich abgeschlossen.

Die MAI-Tagung

(museums and the internet)

Die MAI-Tagung, als Fachveranstaltung rund um das Thema „Museum und Internet“, findet jährlich im Mai statt und richtet sich an Mitarbeiter*innen aus Museen, Ausstellungshäusern und Kulturadministrationen sowie Archiven und Bibliotheken.



Gemeinsam mit Expert*innen, Entwickler*innen und Anwender*innen aus Kultureinrichtungen, Forschungsinstituten und Firmen widmet sich die Tagung in einer zweitägigen Veranstaltung den aktuellen Aspekten der Internetnutzung im kulturellen Bereich. Wichtige Aspekte sind dabei die besonderen Präsentations-, Vermittlungs-, Werbe-, Marketing- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets unter Berücksichtigung gesellschaftlicher Entwicklungen, der Veränderungen der Mediennutzung sowie der Fortschritte in der Informations- und Kommunikationstechnologie.

Die Themen sind breit gesetzt: Neben virtuellen Ausstellungen, digitalen Sammlungsstrategien, Storytelling, Apps, Online-Marketing, Online-Fundraising und Blended-Learning gehörten in den letzten neunzehn Jahren auch Sonderthemen wie „Museum-Schule-Internet“ (2002), „Barrierefreier Internetzugang für Menschen mit Behinderungen“ (2003), „Archäologie Online“ (2009), „Social-Networks, Social-Media, Social-Tagging“ (2010), „Industriekultur“ und „Gamification“ (beide 2014), „Museumspädagogik 2.0“ (2016) sowie „Virtual-Reality“ (2017), „Podcasting“ (2018) und die beiden Länderschwerpunkte „NIEDERLANDE“ (2013) und „SKANDINAVIEN“ (2016) zum Tagungsprogramm.

Ziel der Tagung ist es, die Teilnehmer*innen mit den für die Museen maßgebenden Entwicklungen bekannt zu machen, ihnen Impulse und Orientierung für die eigene Arbeit zu geben und sie zur Mitgestaltung neuer Strukturen zu ermutigen. Die Tagung versteht sich darüber hinaus auch explizit als ein Gesprächs-, Austausch- und Kontaktforum.

Der LVR-Fachbereich Regionale Kulturarbeit/Museumsberatung organisiert und koordiniert diese Fachtagung (im Rahmen der Angebote des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums) in Kooperation mit wechselnden Institutionen in der gesamten Bundesrepublik.

www.mai-tagung.de

Die MAI-Tagungen 2001–2020

Fachreferate – Projektberichte – Workshops

MAI-Tagung 2020

(Ausfall wg. Corona-Pandemie)

Montag, der 11. Mai 2020

Dienstag, der 12. Mai 2020

**Bayerische
Staatsgemäldesammlungen
Pinakothek der Moderne**

Barer Straße 29

80799 **München**

www.pinakothek.de

MAI-Tagung 2016

Montag, der 30. Mai 2016

Dienstag, der 31. Mai 2016

**Internationales Maritimes
Museum Hamburg**

Peter Tamm Sen. Stiftung

Kaispeicher B

Koreastraße 1

20457 **Hamburg**

www.imm-hamburg.de

MAI-Tagung 2019

Montag, der 13. Mai 2019

Dienstag, der 14. Mai 2019

NRW-Forum, Düsseldorf

Ehrenhof 2

40479 **Düsseldorf**

www.nrw-forum.de

MAI-Tagung 2015

Montag, der 11. Mai 2015

Dienstag, der 12. Mai 2015

DASA Arbeitswelt Ausstellung

Bundesanstalt für Arbeitsschutz

und Arbeitsmedizin (BAuA)

Friedrich-Henkel-Weg 1-25

44149 **Dortmund**

www.dasa-dortmund.de

MAI-Tagung 2018

Montag, der 14. Mai 2018

Dienstag, der 15. Mai 2018

Museum Barberini

Alter Markt

Humboldtstr. 5–6

14467 **Potsdam**

www.museum-barberini.com

MAI-Tagung 2014

Donnerstag, der 22. Mai 2014

Freitag, der 23. Mai 2014

**Weltkulturerbe Völklinger
Hütte – Europäisches Zentrum
für Kunst und Industriekultur**

66302 **Völklingen** / Saarbrücken

www.voelklinger-huette.org

MAI-Tagung 2017

Montag, der 15. Mai 2017

Dienstag, der 16. Mai 2017

**Zoologisches Forschungs-
museum Alexander Koenig**

Museumsmeile

Adenauerallee 160

53113 **Bonn**

www.zfmk.de

MAI-Tagung 2013

Donnerstag, der 23. Mai 2013

Freitag, der 24. Mai 2013

Bundeskunsthalle

Friedrich-Ebert-Alle 4

53113 **Bonn**

www.bundeskunsthalle.de

MAI-Tagung 2012

Montag, der 21. Mai 2012

Dienstag, der 22. Mai 2012

**Stadtgeschichtliches Museum
Leipzig**

Alte Börse, Naschmarkt 2

04109 **Leipzig**

www.stadtgeschichtliches-museum-leipzig.de

MAI-Tagung 2011

Donnerstag, der 26. Mai 2011

Freitag, der 27. Mai 2011

Deutsches Schifffahrtsmuseum

Hans-Scharoun-Platz 1

27568 **Bremerhaven**

www.dsm.museum.de

MAI-Tagung 2010

Donnerstag, der 20. Mai 2010

Freitag, der 21. Mai 2010

Germanisches Nationalmuseum

Kartäusergasse 1

90402 **Nürnberg**

www.gnm.de

MAI-Tagung 2009

Donnerstag, der 28. Mai 2009

Freitag, der 29. Mai 2009

**LVR-RömerMuseum im
Archäologischen Park Xanten**

Trajanstr. 4

46509 **Xanten**

www.apx.lvr.de

MAI-Tagung 2008

Montag, der 26. Mai 2008

Dienstag, der 27. Mai 2008

Sprengel Museum Hannover

Kurt-Schwitters-Platz

30169 **Hannover**

www.sprengel-museum.de

MAI-Tagung 2007

Donnerstag, der 10. Mai 2007

Freitag, der 11. Mai 2007

**Zentrum für Kunst und
Medientechnologie Karlsruhe**

Lorenzstraße 19

76135 **Karlsruhe**

www.zkm.de

MAI-Tagung 2006

Donnerstag, der 18. Mai 2006

Freitag, der 19. Mai 2006

**Berlinische Galerie –
Landesmuseum für Moderne
Kunst, Fotografie und
Architektur**

Alte Jakobstraße 124–128

10969 **Berlin**

www.berlinischegalerie.de

MAI-Tagung 2005

Donnerstag, der 19. Mai 2005

Freitag, der 20. Mai 2005

**Senckenberg
Forschungsinstitut und
Naturmuseum**

Senckenberganlage 25

60325 **Frankfurt**

www.senckenberg.de

MAI-Tagung 2004

Donnerstag, der 13. Mai 2004

Freitag, der 14. Mai 2004

LVR-LandesMuseum Bonn

Colmantstraße 14-16

53115 **Bonn**

www.landesmuseum-bonn.lvr.de

MAI-Tagung 2003

Montag, der 26. Mai 2003

Dienstag, der 27. Mai 2003

Deutsches Hygiene Museum Dresden

Lingnerplatz 1

01069 **Dresden**

www.dhmd.de

MAI-Tagung 2002

Donnerstag, der 23. Mai 2002

Freitag, der 24. Mai 2002

LVR-Zentrum für Medien und Bildung

Bertha-von-Suttner-Platz 1

40227 **Düsseldorf**

www.medien-und-bildung.lvr.de

MAI-Tagung 2001

Montag, der 28. Mai 2001

Dienstag, der 29. Mai 2001

Historisches Centrum Hagen

Eilper Straße 71

58091 **Hagen**

www.historisches-centrum.de

Die Berichterstattung zu den MAI-Tagungen in der digitalen Fachzeitschrift „rheininform“

digital + online

„rheininform. Informationen für die rheinischen Museen“ ist die neu aufgelegte Ausgabe der LVR-Zeitschrift „Museen im Rheinland“ (1998 bis 2007). Seit Februar 2012 begleitet sie wieder das Museumsleben im Rheinland und ergänzt damit auch publizistisch die bestehenden Service-Angebote der LVR-Museumsberatung (Beratung und finanzielle Förderung). Als Informations- und Kommunikationsmedium stärkt und unterstützt sie zusätzlich die Vernetzung der rheinischen Museen.



Inhalte + Ziele

Zweimal jährlich, üblicherweise im März und September, berichtet „rheininform“ in Fachbeiträgen mit wechselnden Schwerpunkten über aktuelle Entwicklungen in der Museumswelt. Weiter werden die Leser*innen über Jubiläen, Sonderausstellungen und Personalveränderungen in den rheinischen Museen sowie über museumsrelevante Termine, Fortbildungsangebote, Publikationen und aktuelle Nachrichten informiert. Vor allem aber dient die Zeitschrift als eine Plattform für die Interessen der rheinischen Museen, zur Darstellung und Vorstellung ihrer Arbeit und ihrer Häuser.

Download + Newsletter

„rheininform“ wird digital und barrierearm erstellt und als PDF-Download im Internet bereitgestellt. Seit der Ausgabe 01/2018 erscheint die Zeitschrift auch im Druckformat. Auf der Internetseite der Zeitschrift besteht die Möglichkeit, sich für den Newsletter einzutragen, um die Zeitschrift zukünftig im kostenfreien Abonnement (PDF-Download und/oder Druckausgabe) zu beziehen.

Redaktionsadresse

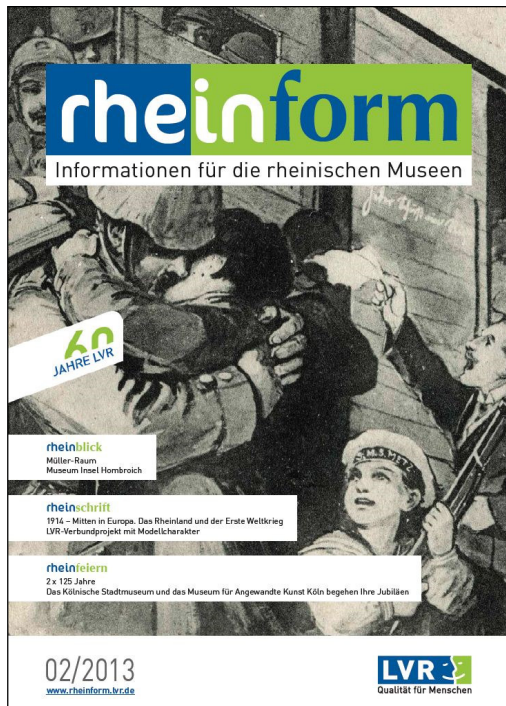
Landschaftsverband Rheinland // LVR-Fachbereich Regionale Kulturarbeit //
Museumsberatung, Redaktion „rheininform“ // Dezernat 9 // 50663 Köln
E-Mail: rheininform@lvr.de

www.rheininform.lvr.de



Thomas Sode:
Rückblick – „museums and the internet“
MAI-Tagung 2012 – ein Konferenzbericht

rheinform 02/2012, S. 86-89



Thilo Martini:
MAI-Tagung 2013
Zwischen Anmelderekord, Länderschwerpunkt und Twitterwall

rheinform 02/2013, S. 77-78



Tanja Neumann:
Die MAI-Tagung in 140 Zeichen
Tagungsbericht und Twitter-Report

rheininform 02/2014, S. 83-86



Verena Göbel:
Die MAI-Tagung 2015
Eine rekordverdächtige Jubiläumstagung

rheininform 02/2015, S. 72-75



Jakob Ackermann:
MAI-Tagung 2018
Volljährig – und nun?
Raus aus der Komfortzone!
 rheinform 02/2018, S. 73-76



Anke von Heyl:
Viel Motivation für die Zukunft
Die MAI-Tagung 2019
Ein Tagungsbericht
 rheinform 02/2019, S.71-76

WEITERE INFORMATIONEN

INTERNETADRESSE

Weitere Informationen zur Tagung werden kontinuierlich im Internet bereitgestellt. Eine Dokumentation der vorausgegangenen Tagungen finden Sie ebenfalls dort: www.mai-tagung.de

NEWSLETTER

Wenn Sie jederzeit aktuell über die Tagung informiert sein möchten, können Sie sich auch für den Newsletter der MAI-Tagung - das sog. "MAI-Ling" - anmelden. Diese Anmeldung finden Sie unter: www.mai-tagung.de/MAI-Ling

VERANSTALTER

Der LVR-Fachbereich Regionale Kulturarbeit veranstaltet gemeinsam mit dem LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrum Brauweiler und in Zusammenarbeit mit wechselnden Partnern sowie an wechselnden Orten alljährlich im Mai eine Fachtagung zum Themengebiet "Museen und Internet".

ZIELE

Ziel der Veranstaltungsreihe ist es, die Teilnehmer*innen mit den für die Museen maßgebenden Entwicklungen des WWW bekannt zu machen, ihnen Impulse und Orientierung für die eigene Arbeit zu geben und sie zur Mitgestaltung neuer Strukturen zu ermutigen.

Wichtige thematische Aspekte sind dabei die besonderen Präsentations-, Werbe-, Marketing- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets. Die Tagung versteht sich darüber hinaus ausdrücklich als ein Gesprächs-, Austausch- und Kontaktforum.

ADRESSATEN

Angesprochen sind alle Mitarbeiter*innen von Museen, Ausstellungshäusern und anderen Kulturdienstleistern und -administrationen sowie Archiven, Bibliotheken und Universitäten, die im Rahmen ihrer Tätigkeit bereits praktische Erfahrungen mit Internet-Auftritt und -Präsenz gewonnen haben und das Medium auch weiterhin gezielt und nutzbringend einsetzen wollen oder für den Internetauftritt oder die Online-Kommunikation der jeweiligen Institution verantwortlich zeichnen.

MEDIENPARTNER

museums(t)raum

[museums\(t\)raum | Kommunikationsstrategie und Gestaltung im digitalen Raum](#)



Das Portal für Museumsvideos

[museumsfernsehen - Das Portal für Museumsvideos](#)