



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**

Digitale Strategien

# DIE ZUKUNFT DER MUSEEN WÄHREND UND NACH DER PANDEMIE

Olaf Sperwer

Vielen Dank für Ihre Teilnahme am webinar.  
Nachfragen bitte über link:

**[www.vr-med.com/museums-webinars](http://www.vr-med.com/museums-webinars)**

Hier finden Sie auch die links zum NEMO und UNESCO Report

### **Zukünftige Webinare vr-med.com**

- Immersive Partizipation
- Immersive Technologie für Museen
- Immersive Content Produktion für Muessen
- Monetarisierungs-Konzepte

Weitere Informationen und Anmeldung  
bitte per email an: **[info@vr-med.com](mailto:info@vr-med.com)**



## Follow up with Olaf

Host: Olaf

URL:

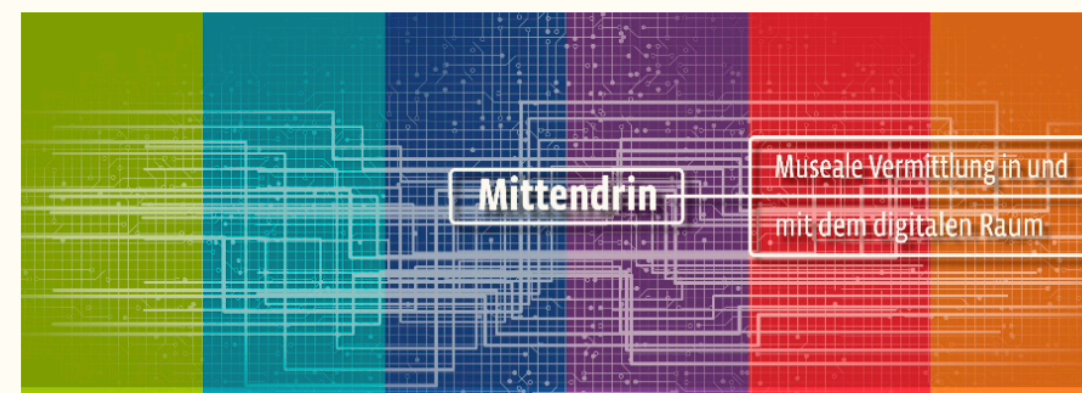
<https://meetingsemea35.webex.com/meet/...>

Meeting number:

175 659 3093

Video address:

[olaf@meetingsemea35.webex.com](mailto:olaf@meetingsemea35.webex.com)

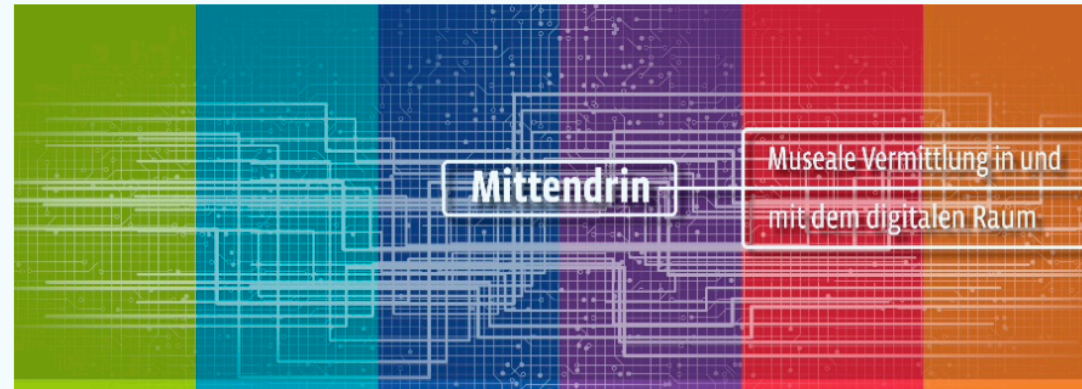




# INTRO VIDEO NUR IN WEBINAR RECORDING



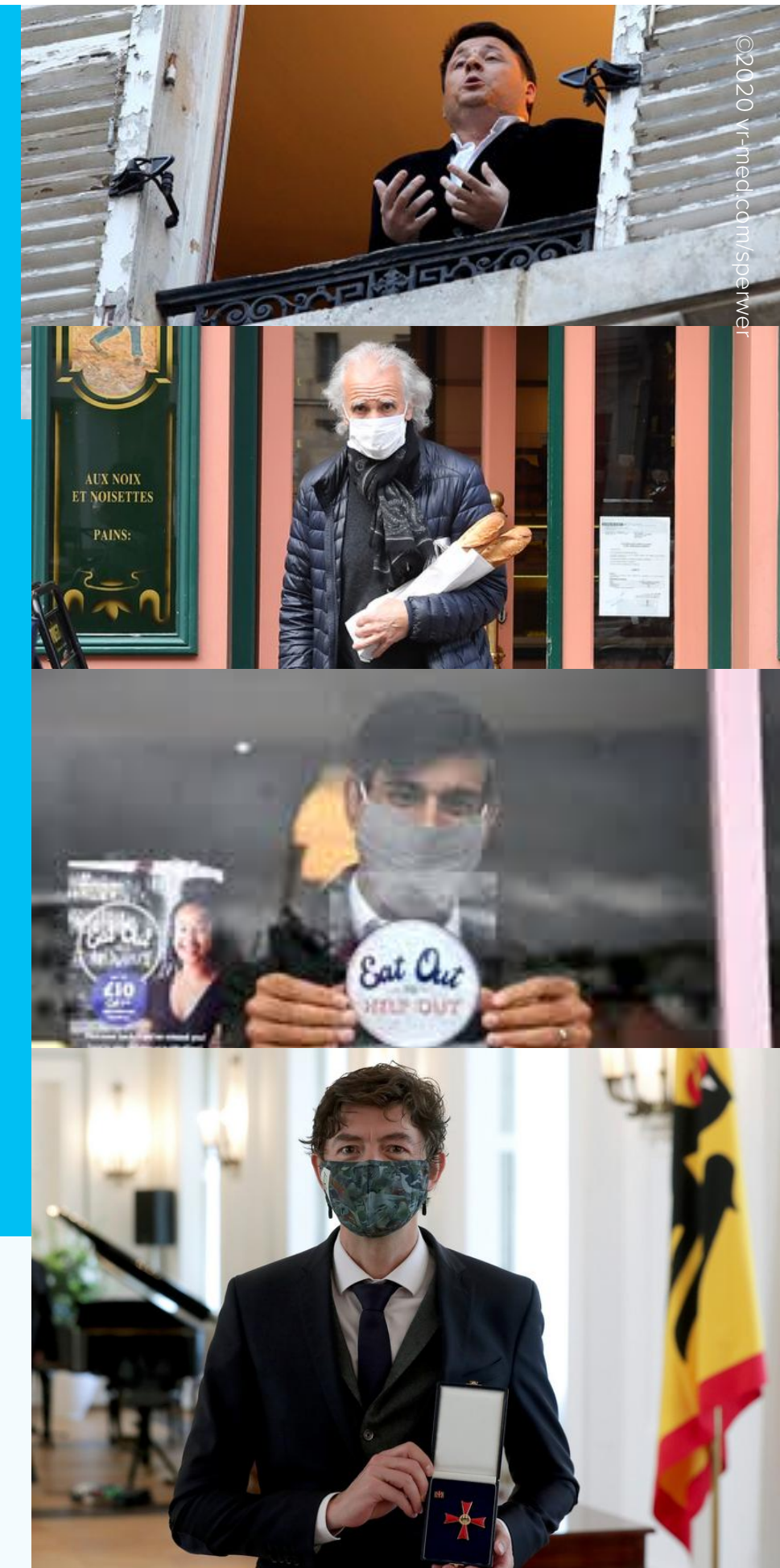
**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**



# Kulturelles Kontext - über den Tellerrand

✱ **Ethnozentrismus.** Das Phänomen basiert auf der Überzeugung, dass die eigenen Verhaltensmuster und die der ethnischen Gruppe, der man angehört, immer normal, natürlich, gut, schön oder wichtig sind.

- ✱ Selbstbezogenheit einer Kultur (Sprachraum)
- ✱ Eigenheiten und Bewusstsein von Kollektiven
- ✱ Mentalität von Nationen





# “Quarantine Culture” - Kultureller Kontext

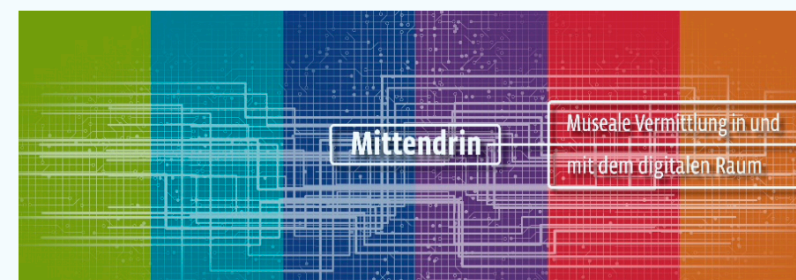
Was ist wichtig für die einzelne Nation ?

- \* **Italiener** sangen Opern vom Balkon
- \* **Skandinavien** fahren mit dem Fahrrad zur Arbeit
- \* **UK** Finanzminister startete im August “Eat out to help out” - charity
- \* **NL** Selbstbestimmung “Intelligenter Lockdown”
- \* **Frankreich:** “Geniessen dürfen ist entscheidend: Boulangerie, Tabak, Käse. “Wein ist wichtiger als Desinfektionsmittel”
- \* **Deutschland:** Virologe Drosten erhält das Bundesverdienstkreuz



©2020 vi-medica/m/spewer

STEREOTYPE



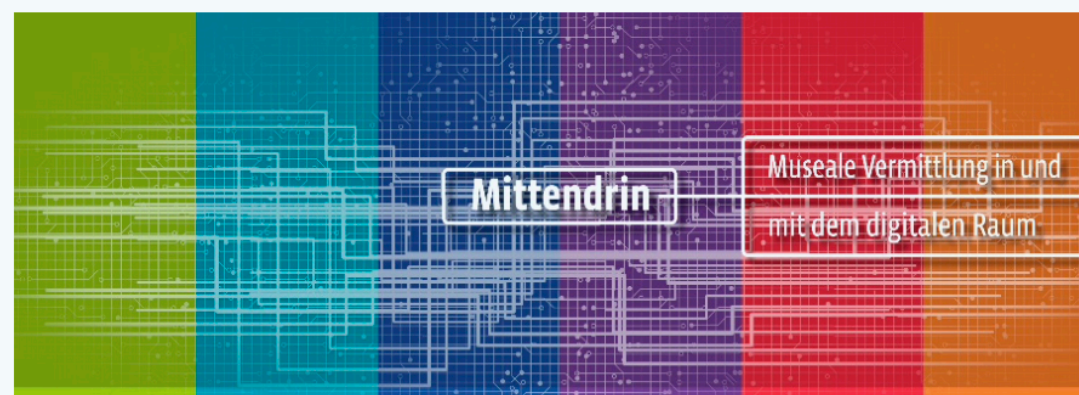
**KNOW YOUR AUDIENCE**

**VIDEO NUR IN  
WEBINAR RECORDING**

**ERWARTUNGEN- EINSTELLUNGEN**



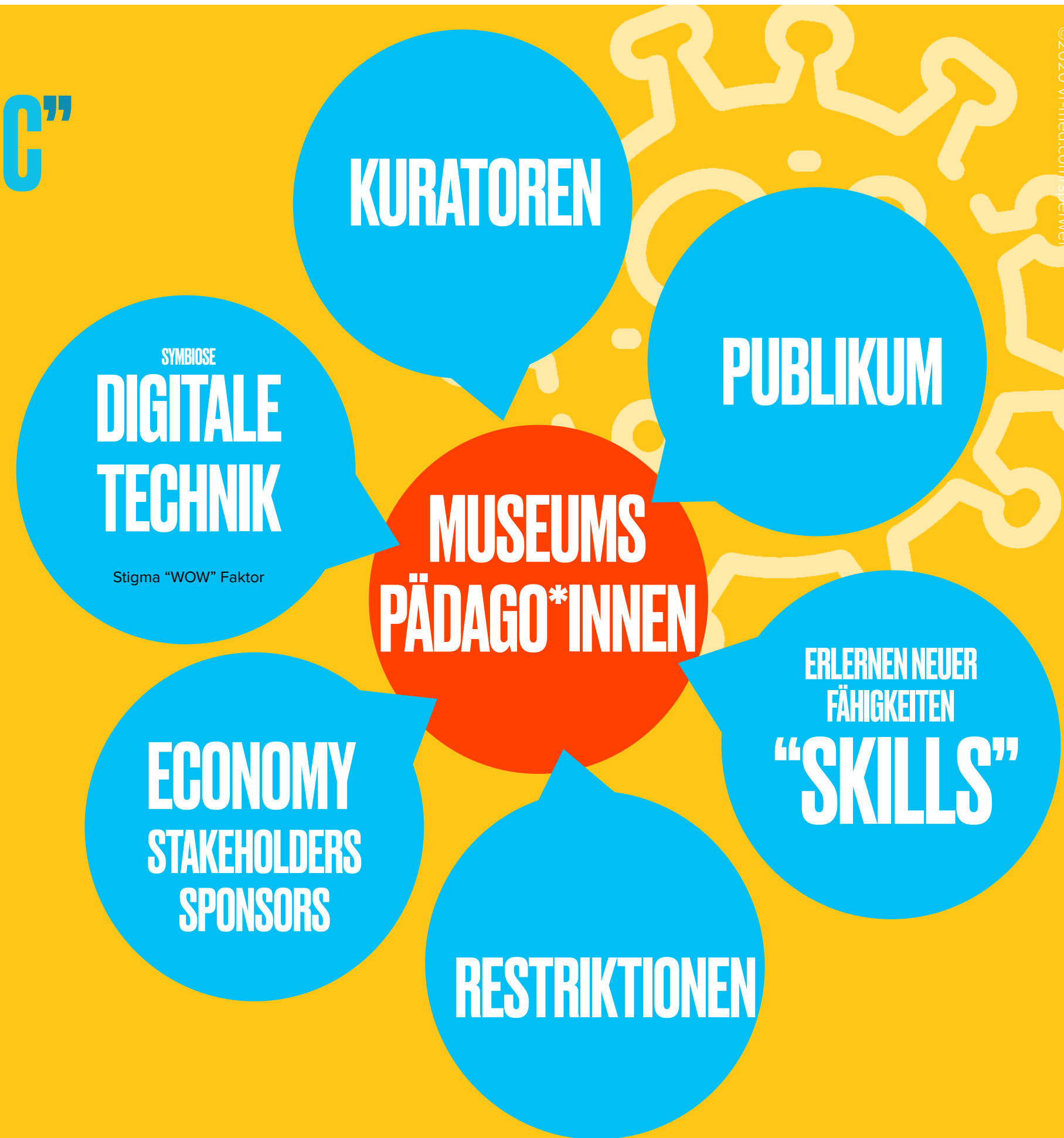
**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**





# UNTER DRUCK “MORAL PANIC”

- Pandemie – Restriktion – Distanz
- **“Angst”** – Gesundheit – Job/Existenz
- Digitale **Skepsis**
- Publikums**erwartung**
- Heterogene Zielgruppe
- Kuratoren – Gesellschafter
- Finanzdruck
- Neue Technologien



# CHALLENGE

## MUSEUM

## MUSEUMS PÄDAGO\*INNEN

### DIGITAL NATIVES

PRENSKY'S  
MYTHOS  
DIGITAL WISDOM

GEN TYPOLOGY

GEN Z

CONTINUUM OF ENGAGEMENT

### DIGITAL IMMIGRANTS

BBC BORN BEFORE COMPUTERS  
1982

MYTHOS

MILLENNIALS



BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.

Mittendrin

Museale Vermittlung in und  
mit dem digitalen Raum



s\_inn  
Transfernetzwerk  
Soziale Innovation

# MUSEUMSPÄDAGOGIK

## 2016

KOMMUNIKATION & BILDUNG &  
KULTURELLE BILDUNG VERMITTLUNG ZUGANG  
LERNEN BILDUNGSKONZEPT RAUMSTRUKTUR  
INVOLVIERT SEIN KONSTRUKTIVES ZEIGEN PARTIZIPATION  
RAUMBASIERT

Handbuch der Museumspädagogik (2016)  
Prof. Dr. Wolfgang Zacharias

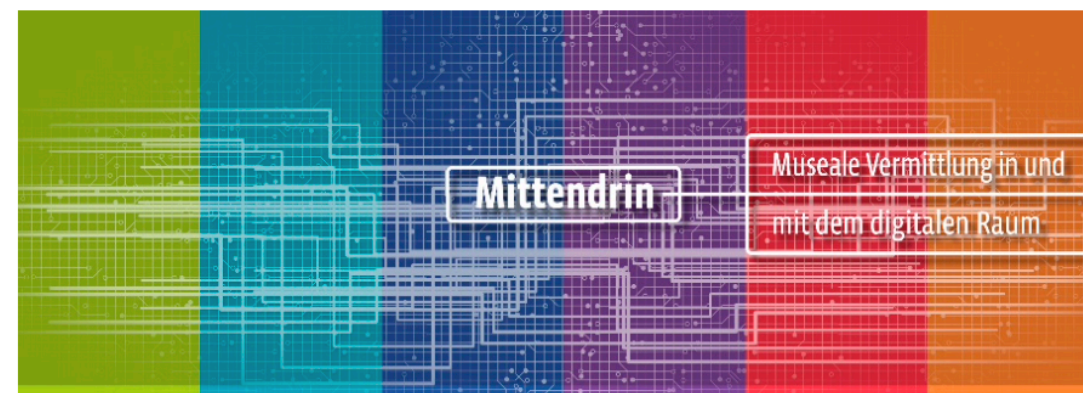
...und hier kommt Museumspädagogik ins Spiel.

Sie kann die Akzeptanz und die **musealisierten Kultur- und Bildungsmehrwerte**, die immateriellen Bedeutungen und Nutzungen gesellschaftlich- und im Prinzip "für mit von allen" - generieren und realisieren.

Beatrix Commandeur, Hannelore Kunz-Ott, Karin Schad  
Medienpädagogik soll helfen allen Menschen die **Teilhabe** am kulturellen **Leben der Museen** und dessen **Gestaltung** zu ermöglichen.

**BEDEUTUNG DER DIGITALEN MEDIEN**  
Die grosse qualitative Neuerung der umfassenden Digitalisierung liegt daher ....auf einer Art des **Outreach** ...die Erfindung von **Web 2.0** Partizipation im **virtuellen Raum**  
Gisela Weiß

**SIMONE MERGEN | MEDIALE VERMITTLUNG**  
**EVALUATIONSPROJEKTE**  
SYNOPSE,PLAN,GUIDE,TEXTKONZEPT



# INTERNATIONALE ORIENTIERUNG

# EN GA GE MENT

<https://www.museumsassociation.org/campaigns/advocacy/covid-19/funding-to-bring-people-closer-to-collections/>

## #VERBINDUNG

## #BETEILIGUNG

## #VERBUNDENHEIT

## #FÜR\_GUTEN\_ZWECK

## #AKTIVITÄT

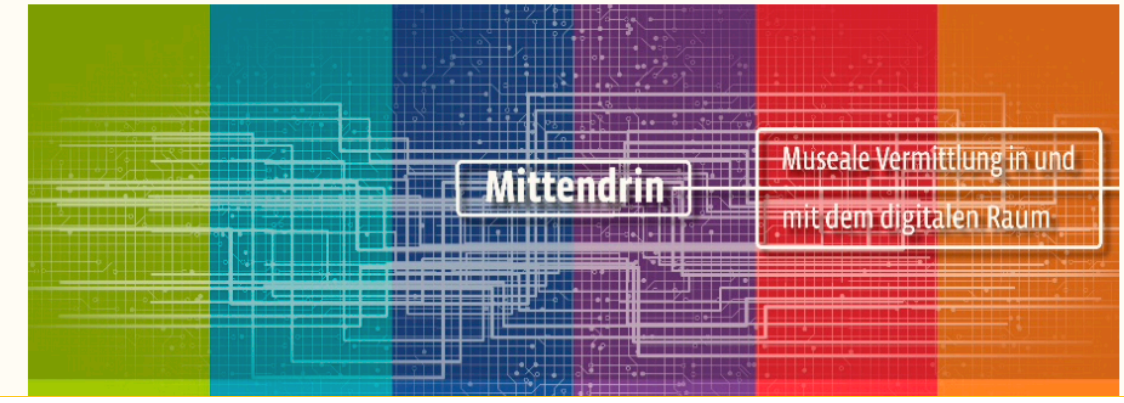
## #BEGEISTERN

## #CAPTIVATE\_FASZINIEREN

## #ANSTRENGUNG

## #TEILNAHME\_MOTIVIEREN

## #VERPFLICHTUNG





# CHALLENGE

HERAUSFORDERUNG

# MINDSET & SKILLS

BILDUNG EINES DIGITAL SKILLS **ECO-SYSTEM**  
ABBAU DER **DIGITAL RELUCTANCE**

**NEUES ORGANISATION MIND-SET**  
**EINSTELLUNGSÄNDERUNG / BEHAVIOR**  
**STORY-KONTEXT-ENGAGEMENT**  
**DIGITALE ALPHABETISIERUNG (LITERACY)**  
**HUMAN CENTERED CONCEPT**

MINDSET  
CHANGE

DIGITALE  
ZURÜCKHALTUNG



BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.

Mittendrin

Museale Vermittlung in und  
mit dem digitalen Raum



Transfernetzwerk  
Soziale Innovation

# Museen als **ORT** - Gebäude hat Priorität?

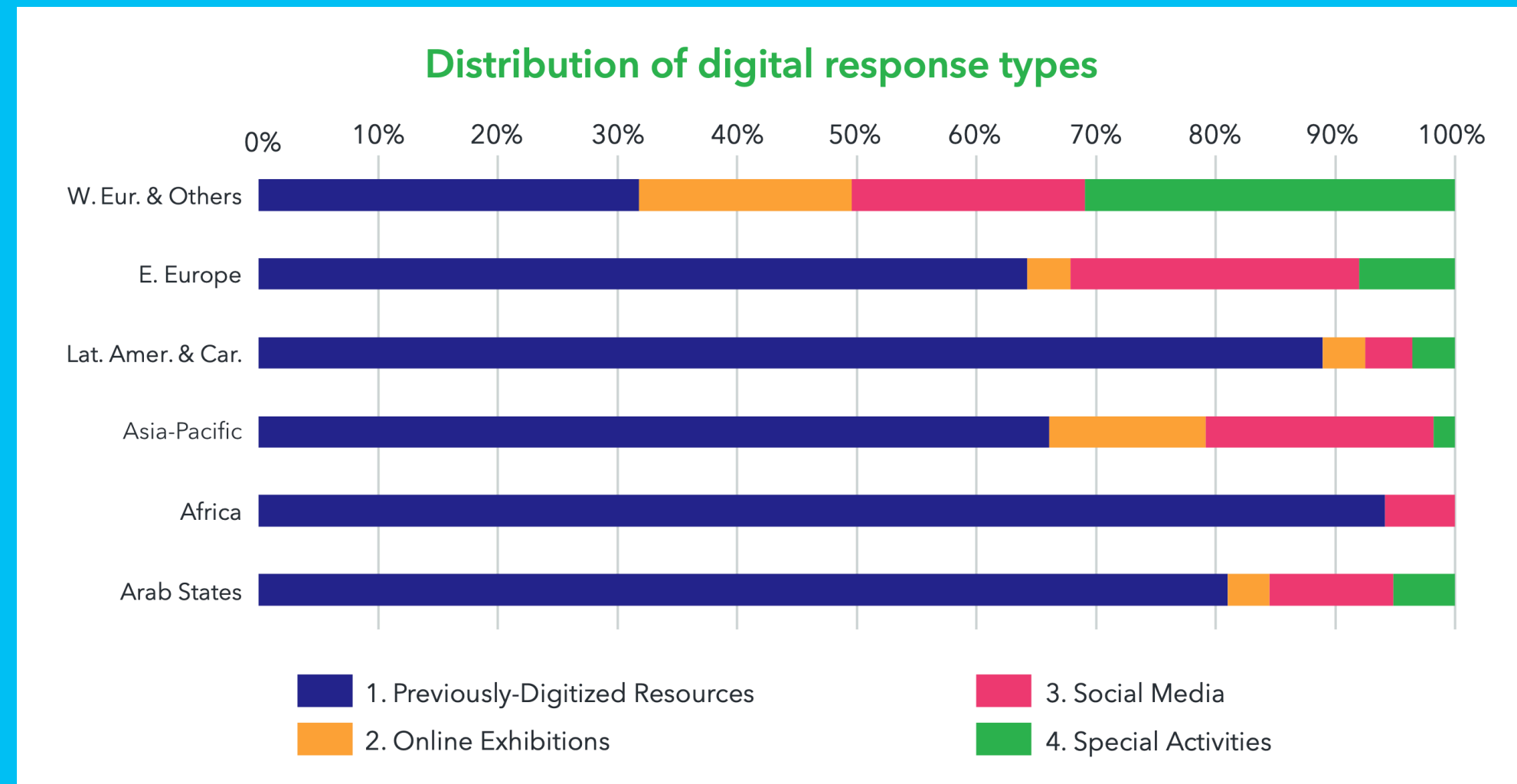
# WARUM?

- Museum ist mehr der Ort **“Zeit zu mit Familie und Freunde verbringen”** - aber **nicht explizit für die “Vermittlung”** notwendig. (Collin Dillenschneider, 2015)
- Gebäude nur **“Spitze des Eisberge”**
- **Nur 10% ist zugänglich** / sichtbar - blockiert von physischen, **administrativen** und logischen Mauern - Kompetenter Vermittler: **Medienpädago\*innen**
- **Museen ohne Mauern”** (Andre Malraux (1947)
- Digitaler Raum ist “Vorbereitung”, “Nacherleben” und **“Erlebnisraum”**
- Museum **“Interface”** **“Social Hub”** **“Magical Circle”** zwischen Raum und digitaler Welt.

**Studien: Funktion von Museen als sozialer Treffpunkt  
(Hubs for human connection)**

# UNESCO REPORT RESPONSE TYPEN

[Link Report](#)



[Source UNESCO REPORT 5/2020](#)

# NEMO REPORT

2020

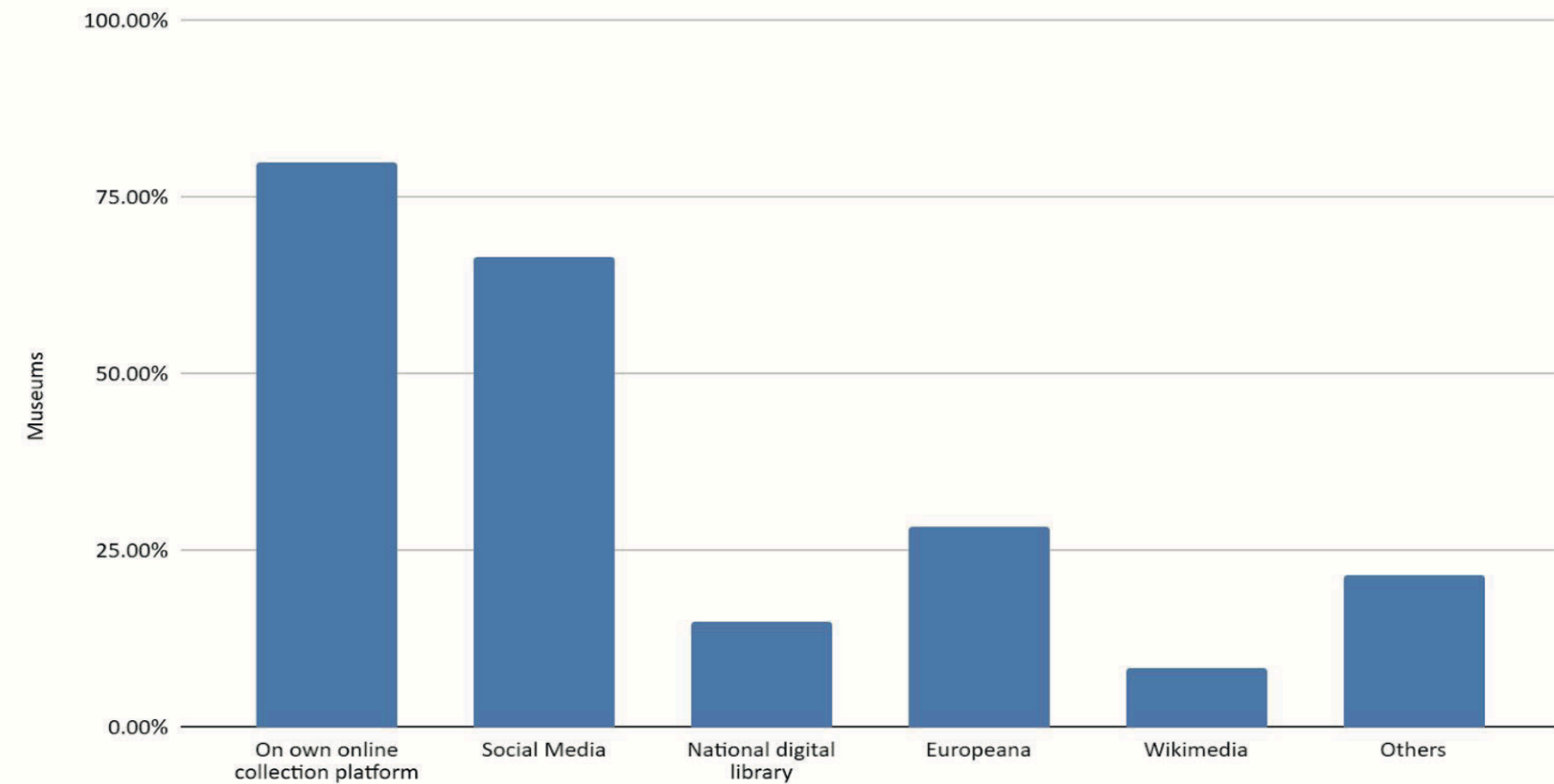
## DIGITAL STATUS

[Link Report](#)



©2020 V-fredom/spewer

Figure: Are you presenting your digital collection on other platforms?



Other platforms include Google Art and Culture, thematic repositories<sup>9</sup> and services such as Flickr.





# NEMO REPORT

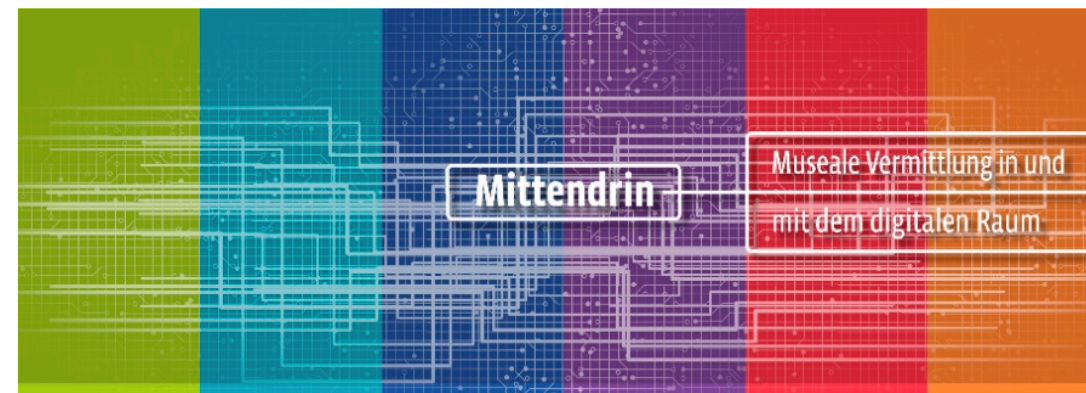
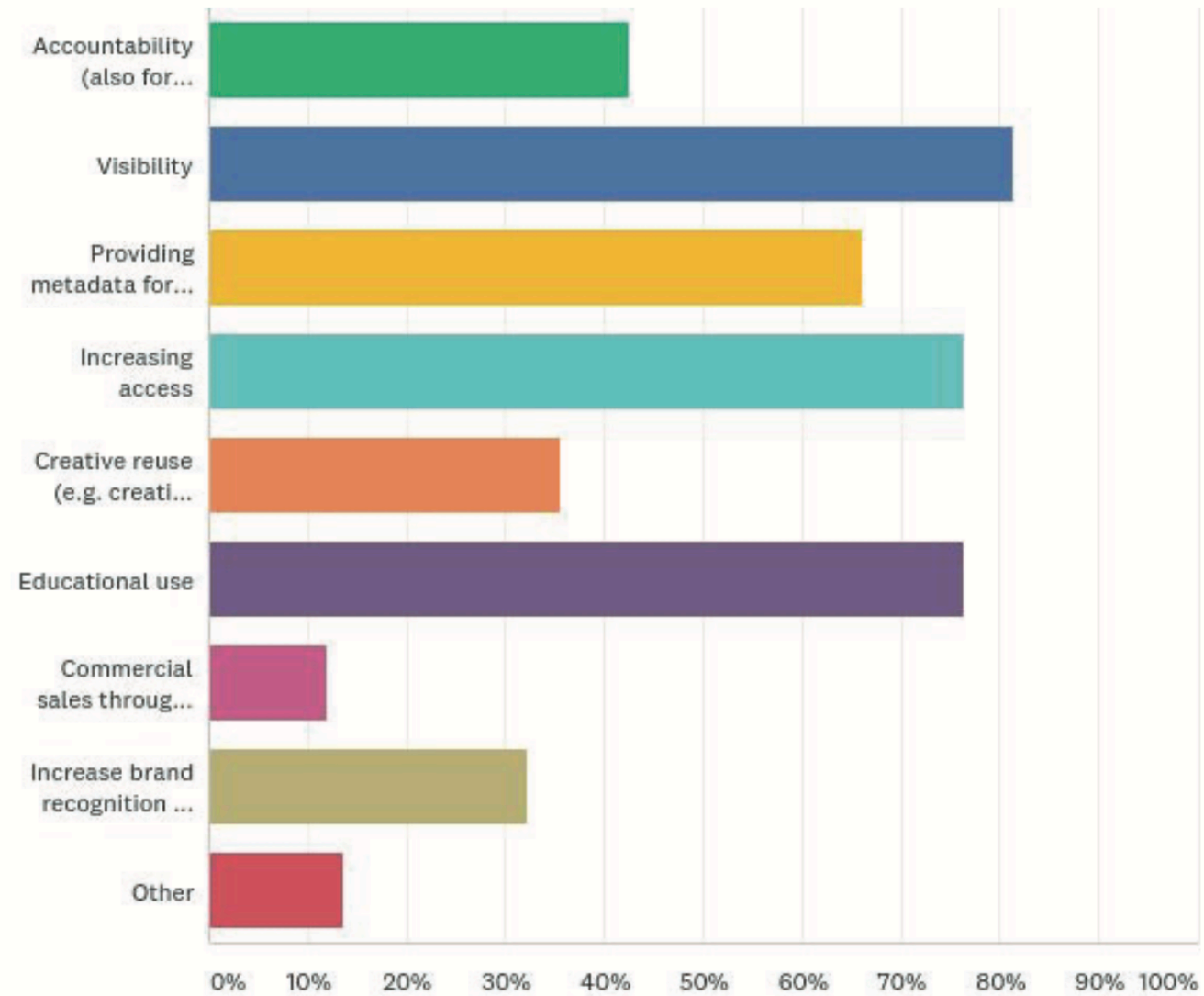
2020

## ZIELE "WHY"?



© 2020 vfi-med.com/spenver

Figure: What are the main goals driving the digitalisation of your collection?



# NEMO REPORT

## 2020

# HINDERNISSE ZUGANG

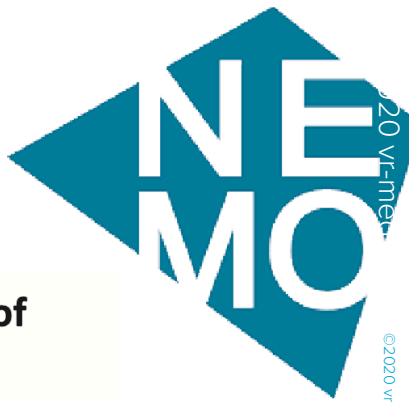
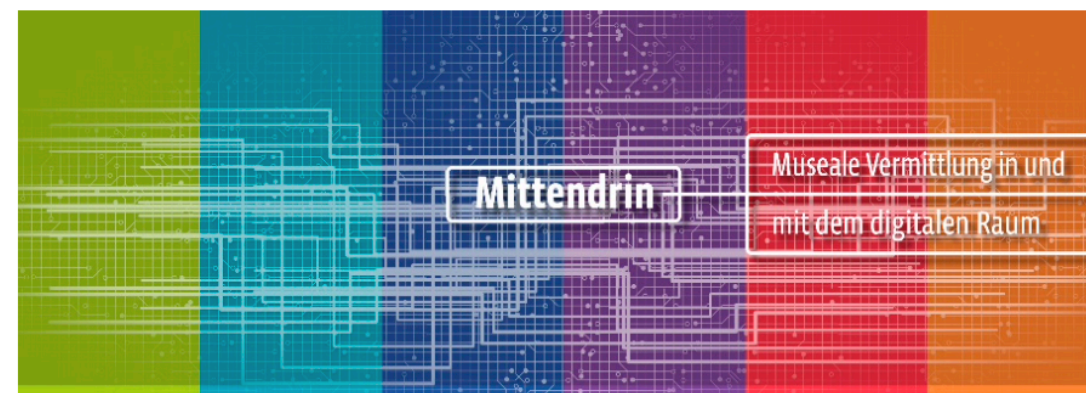
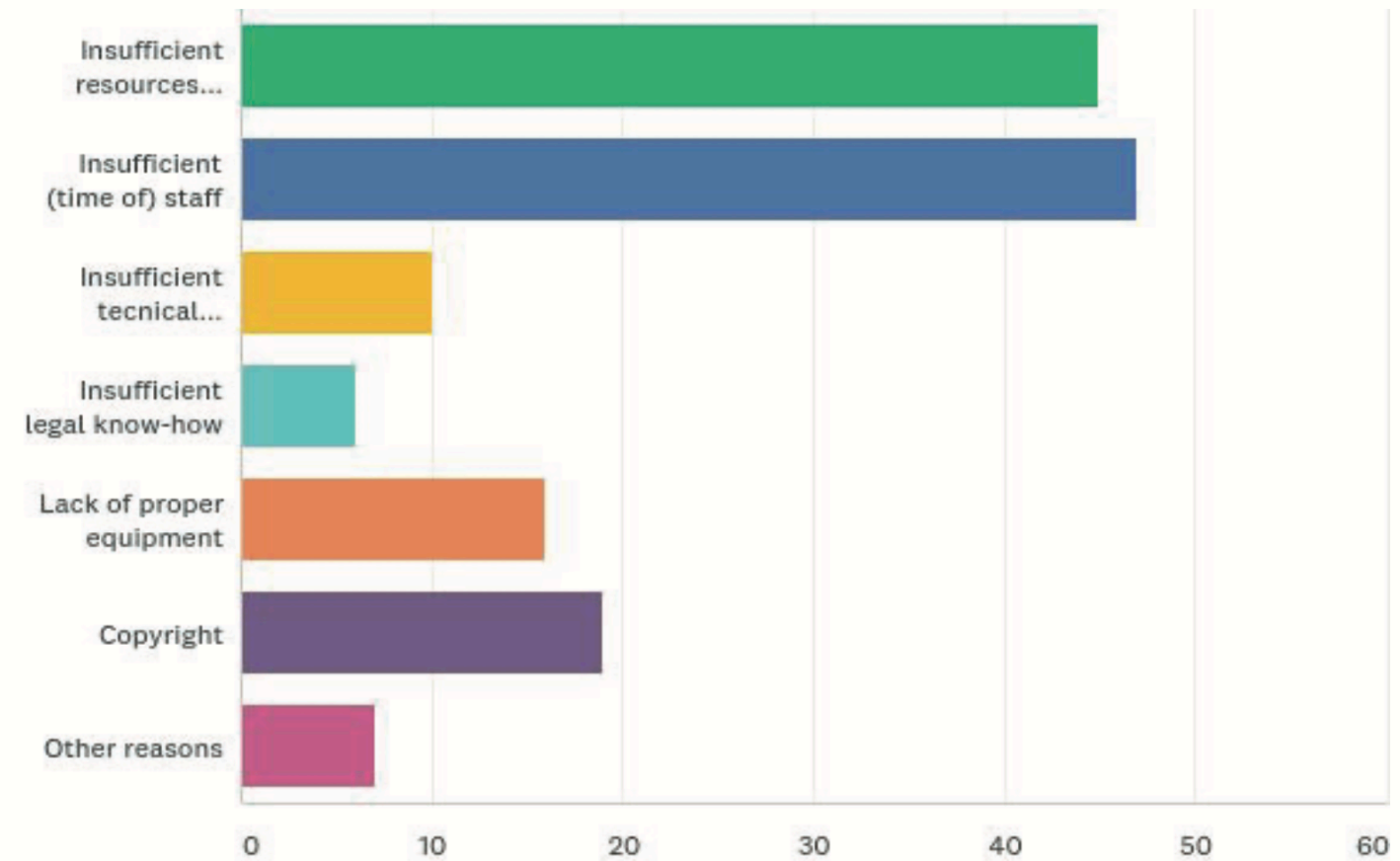


Figure: What are the obstacles for your museum regarding the digitisation and online accessibility of the permanent collections?



## Rijksmuseum Amsterdam

### Rijksstudio\_- Verankerung in der digitalen Welt

Im April 2013 (Wiedereröffnung) etablierte,interaktive Plattform für Online-Präsentationen von über **700.000 Artworks/Künstlern (2020)**. Basis ist das "persönliche Studio". Hier können Kunstwerke der Sammlung in hoher Auflösung "gedownloaded" und bearbeitet werden. Die Kunststücke können nach eigenem Stil verändert oder zur Verarbeitung auf Gegenstände genutzt werden. Kickstarters waren internationale Künstler die eingeladen wurden Vorbilder zu erschaffen. Damit wollte das Rijksmuseum sich in der digitalen Welt verankern.

**SIGN IN**



# NL


#Engagement

#Personalisierung





©2020 vr-med.com/spawel

#tussenkunstenquarantaine 

# Zwischen Kunst und Quarantäne



<https://www.instagram.com/tussenkunstenquarantaine/>



VIDEO NUR IN  
WEBINAR RECORDING

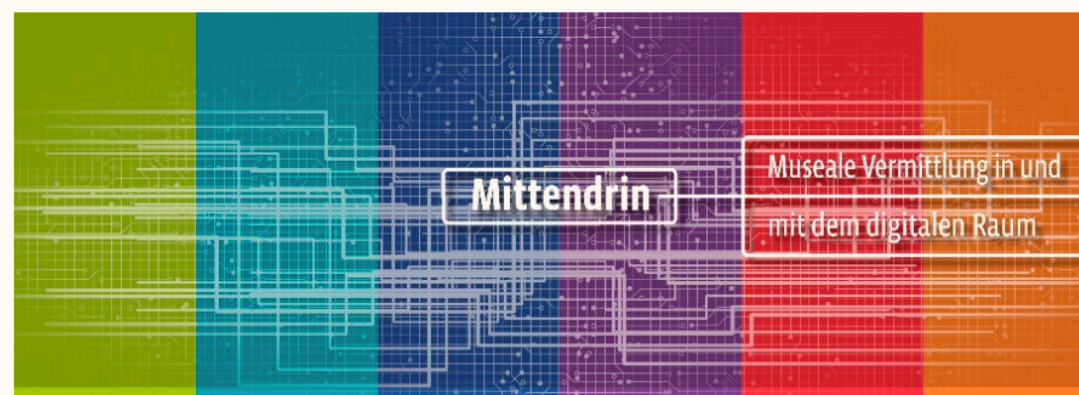
PARTNER FÜR INTERAKTIVE MUSEUMSANWENDUNGEN

[HTTPS://WWW.IJSFONTEIN.NL/DE/EXPERTISE-3](https://www.ijsfontein.nl/de/expertise-3)

# AMSTERDAM



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**





# KUNSTSNACK

## LAM Food & Art Museum Keukenhof

KUNST  
SNACK



KUNSTSNACK  
THUISMUSEUM



KUNST  
SNACK



KUNSTSNACK  
THUISMUSEUM



KUNST  
SNACK



KUNST  
SNACK



KUNSTSNACK  
THUISMUSEUM



KUNSTSNACK  
THUISMUSEUM



KUNSTSNACK  
THUISMUSEUM



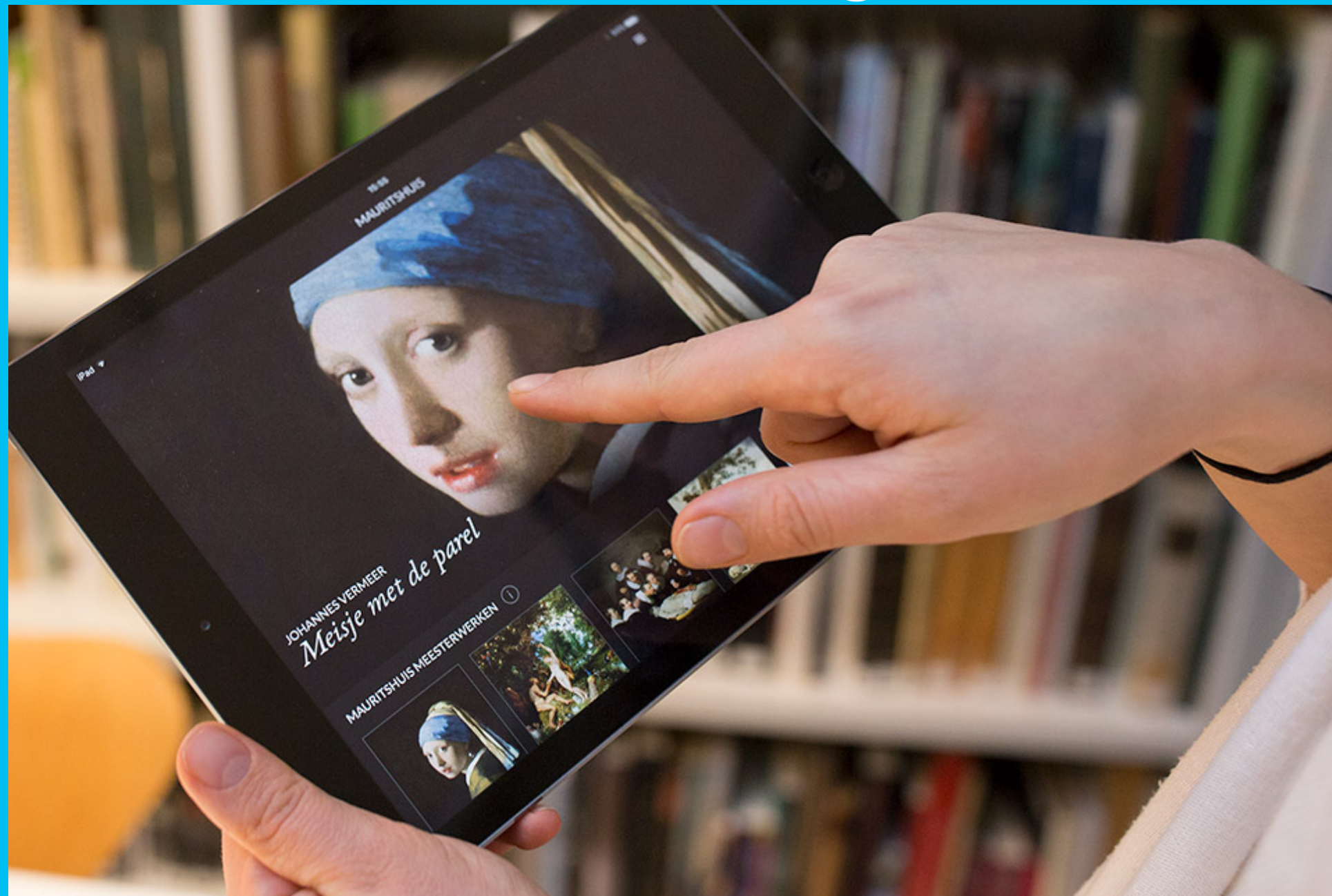
KUNST  
SNACK





# SECOND CANVAS IMMERSIVE GIGAPIXEL APP

## Mauritshuis, Den Haag



Das Mauritshuis beherbergt einzigartige niederländische Gemälde des Goldenen Zeitalters. Die kompakte, weltberühmte Gemädegalerie befindet sich in einem Gebäude aus dem siebzehnten Jahrhundert, mitten in Den Haag. Meisterwerke von Vermeer, Rembrandt, Rubens, Holbein und Potter gehören zur Dauerausstellung der intimen Museumsräume dieses Bauwerks aus dem siebzehnten Jahrhundert.

Seit Dezember 2020 bittet das Museum einen aussergewöhnlich neuen Service. Mit dem App "[Second Canvas](#)" (Entwickler [Madpixel, Spanien](#)) können digitale Besucher eine Auswahl an "Masterpieces" unter die Lupe nehmen. Die Gemälde wurden gescannt und in der grössten heute verfügbaren Auflösung (Resolution) - in Gigapixel-Qualität - angeboten. Dieses neue Angebot kann von Museums-pädagogen und Schulen frei zur Vermittlung genutzt werden.

[YouTube](#)



## Leiden – “Het Thuisatelier”

“Das zu Hause Atelier” Künstler unterstützen lokales Publikum selber “Kunst zu machen” und zu gestalten – inspiriert von der eigenen Kollektion.

**Geniesse das Museum “zu Hause”**

**#zugang**

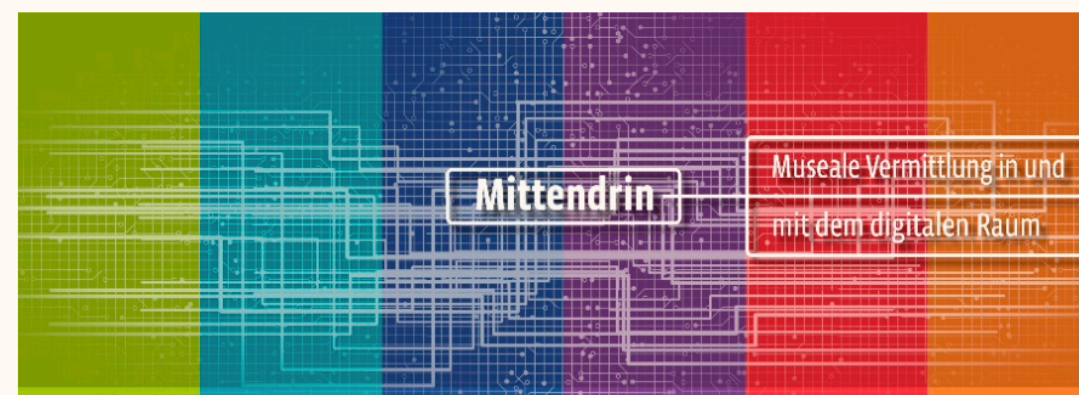
**#bindung**

**#begeistern**

**#relevanz**



NL





# INTRO VIDEO NUR IN WEBINAR RECORDING



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**





# DIGITAL STORYTELLING

STORYTELLING IST **KONTEXT**  
Lernumgebung

- Im Mittelpunkt steht **“die Story”** - was will ich eigentlich vermitteln. **“Tell a story like you talk”**
- Storyline, Storyboard, Moodboard **“Make it visual”** “Show don’t tell” “Make it personal” “Surprise”
- Immersive Story - **“in den Bann ziehen”** “Immerse your audience” “emotionalisieren”
- Immersive Technologien mit “Hebelwirkung” (leverage) - nicht nur “WOW” Faktor
- Digital Storytelling zeigt neue Erzähl- und Vermittlungstechniken die uns helfen können Kollektionen und **Erlebnisse** aus dem Museum zu teilen. Dabei ist das Erlernen **digitaler “Erzählwerkzeuge”** (digital skills) von besonderer Bedeutung
  - Wie bekomme und halte ich die Aufmerksamkeit. (CAPTIVATE)

## WORKSHOP



# STORYTELLING

INTRO VIDEO NUR IN  
WEBINATR RECORDING

©2020 BBC



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**



# WAS WÄRE EINE DIGITAL STRATEGY?

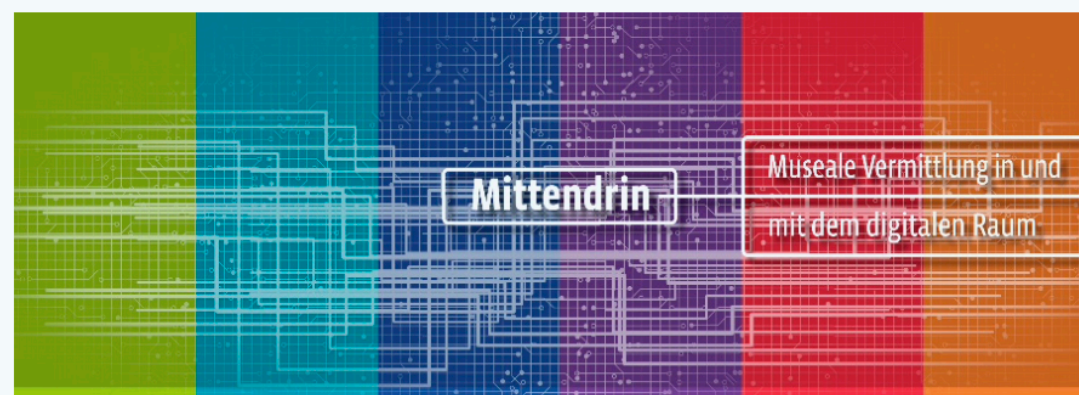
- Einführung von **“digital thinking” (mind-set/digitales Bewusstsein)** in der gesamten Organisation – stop Zurückhaltung #digitalreluctance
- “Geist” des **“Experimentierens”** fördern
- Entwicklung eines **“digital investment plan”** mit definierten Zielen / Milestones
- **Trainings-** und Workshops mit externen Experten, um eine eigene **“Knowledge-Base”** über **“digitale Werkzeuge”** aufzubauen (feste und freie Mitarbeiter – digitalen Ausbildung-Standard entwickeln)
- Neue **Empathie für eigene Kollektion** – “digital transfer” bis 100%
- **Social Media** und “Channel-Management”
- Den Fokus auf **Publikumsbedarf** und **-nachfrage** legen
- **Publikums-Kanäle** – wo erreiche ich wen ?
- Während Restriktion Fokus auf **lokales Publikum** aber...
- .. Vergrößerung des digitalen Publikums durch erweiterte Angebote
- Integration von **hochqualitativen, digitalen Erlebnissen** (experiences)
- Schutz des **“intellectual property”** (auch von Partnern)



# INTRO VIDEO NUR IN WEBINAR RECORDING



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**

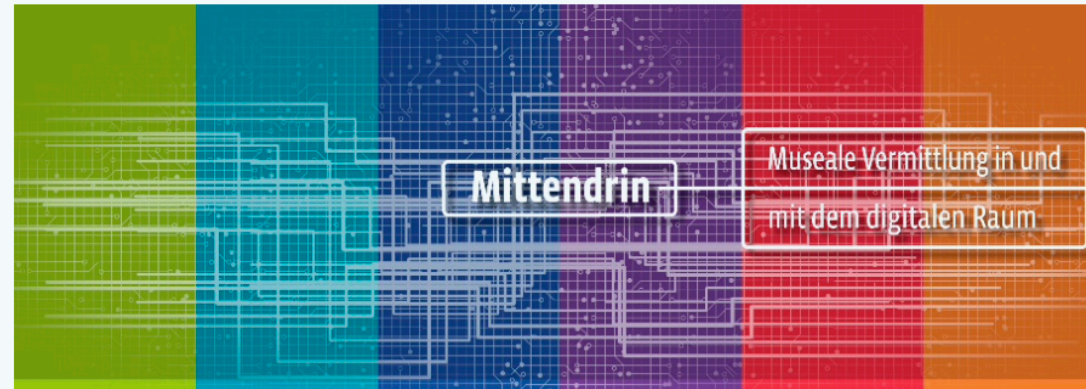


# INTRO VIDEO NUR IN WEBINATR RECORDING

# KANADA



**BUNDESVERBAND  
MUSEUMSPÄDAGOGIK e.V.**



Transfernetzwerk  
Soziale **Innovation**





# WRAP

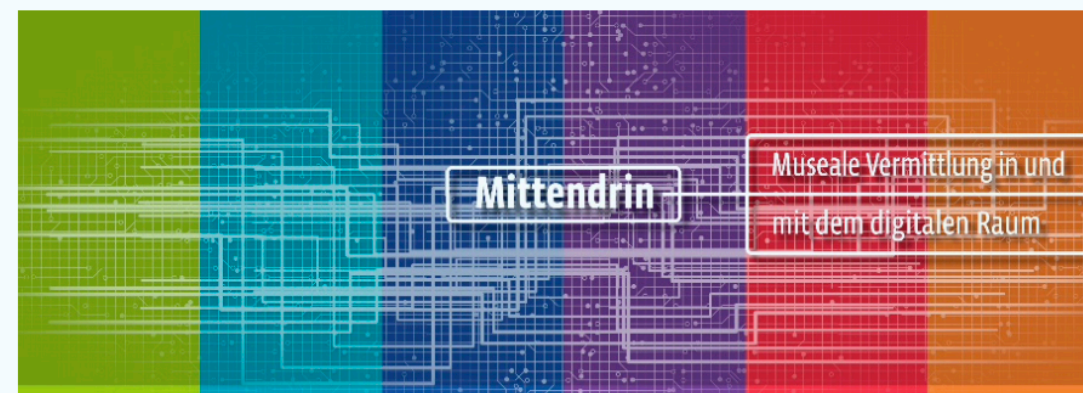
- ✱ **Engagement** statt verpflichten - neues “**digitales Mindset**”
- ✱ **Kenne Dein Publikum** - Analyse/Feedback
- ✱ **Über den Tellerrand** schauen - gegen “Zentrismus”
- ✱ **Internationale Kooperationen**
- ✱ “Digitale Erlebnisse” - **positive** Einstellung **Verbundenheit/Engagement**
  
- ✱ “**Digitale Kompetenz**” statt “Zürückhaltung”
  - ✱ Internes Teamtraining digitale / **immersive** Technologien
  - ✱ Internes Teamtraining social media
  - ✱ Beginn mit Basis: Web, Video, Google Arts & Culture
  - ✱ Internes Teamtraining digitales **Storytelling/Kontext**



# WRAP

- \* Digitale **Erreichbarkeit + neue Kanäle**
- \* **Immersion - Experience**
  
- \* **“Doughnut-Economics”**
  - \* Programm mit **lokalen Artisten/Partnern** entwickeln
  - \* Pandemie: Fokus **lokales Publikum**
  
- \* Zukunft: **Digitales Angebot mit Kontext (Story) erweitern**
  
- \* **Kollektion online - “digital transfer” bis zu 100% -  
Neue Empathie** für die eigene Kollektion

Dankeschön an das Team  
von Innovation Lab Köln Transfernetzwerk Soziale Innovation  
**Stephan Post** und Kollegen





Vielen Dank für Ihre Teilnahme am webinar.  
Nachfragen bitte über link:

**[www.vr-med.com/museums-webinars](http://www.vr-med.com/museums-webinars)**

Hier auch link zu NEMO und UNESCO Report  
**[NEMO Webinar 14.12.2020 \(Youtube\)](#)**

## Zukünftige Webinare vr-med.com

- Immersive Partizipation
- Immersive Technologie für Museen
- Immersive Content Produktion für Museen
- Monetarisierungs-Konzepte

Informationen und Anmeldung bitte über **[info@vr-med.com](mailto:info@vr-med.com)**

Bitte verfolgen Sie auch meinen Beitrag  
im nächsten Themenheft **[Standbein Spielbein](#)**



## Follow up with Olaf

Host: Olaf

URL:

<https://meetingsemea35.webex.com/meet/...>

Meeting number:

175 659 3093

Video address:

[olaf@meetingsemea35.webex.com](mailto:olaf@meetingsemea35.webex.com)