

Dokumentation aus dem Plenum des Workshops „Digitale Strategien“ vom 04.09.2020 mit Katrin Glinka



Links aus Katrins Vortrag

- YIVO Bruce and Francesca Cernia Slovin Online Museum: <https://museum.yivo.org/>
 - Below The Surface: The archaeological finds of the North / Southline: <https://belowthesurface.amsterdam/>
 - The Iris: Getty Artworks Recreated with Household Items by Creative Geniuses the World Over: https://blogs.getty.edu/iris/getty-artworks-recreated-with-household-items-by-creative-geniuses-the-world-over/?gclid=CjwKCAjwyo36BRAXEiwA24CwGVWqMIF3cDHmARBUBTpwZba6UnUOERKAXs5N5Cjzpnh-GL_QNucNVhoCFPsQAvD_BwE
 - Instagram: wende_rewind: https://www.instagram.com/wende_rewind/?hl=de
 - Twitter: Nat'l Cowboy Museum: <https://twitter.com/ncwhm>
-

Positive Beispiele

(bitte postet hier Eure mitgebrachten Beispiele - gerne auch mit ein-zwei Stichworten, was ihr daran gut findet)

Met Museum: Met Kids

<https://www.metmuseum.org/art/online-features/metkids/>

- Verbindung aus einer motivierenden Karte des Museums, Videointerviews und einer experimentellen Zugang zur Sammlung (Red Button)
- Positiv: unverkrampfter Blick auf das Thema Museum, Fragen der Zielgruppen werden aufgenommen, besonders gut: der Rote Knopf in der Sammlungsdatenbank, der ein zufälliges Ergebnis auswirft
- Positiv: Schatzkarte des Museums, um den Entdeckerdrang zu triggern

ZKM Center for Art and Media Karlsruhe

<https://t.me/s/zkmmkarlsruhe>

- Kanal zur Ausstellung und Programm "Critical Zones" im ZKM Karlsruhe, funktioniert gut als Infokanal aber lässt auch Diskussionen und Vernetzungen von Teilnehmer*innen zu. War eine super Möglichkeit, an der Ausstellung teilzunehmen, ohne vor Ort zu sein.

Museum für Sepulkralkultur

<https://www.facebook.com/sepulkralmuseum.kassel>

- bietet eine gute Mischung aus Veranstaltungsankündigungen, Infos zum Museum und Verlinkungen bzw. eingebundene Inhalt aus dem Bereich Sepulkralkultur
- Greift aktuelle Themen auf (wie Sterbehilfe), manchmal aber auch Historisches/ Kurioses und scheint auch einem Bildungsauftrag zu folgen (Death Awareness, Patientenverfügung etc.)
- Der Ton ist eher informell.

#meerchallenge auf twitter

<https://twitter.com/hashtag/meerchallenge>

- Aufruf zum Teilen von Meeralternativen, wenn man wegen Corona schlecht wegfahren kann
- Vorteil: fast jeder kann mitmachen: Gemälde aus Museen oder der Brunnen am Platz oder bemalte Steine mit Meer drauf
- Es ergibt sich eine tolle Bildermischung, man wird neugierig, welches Bild wo hängt
- Ich wusste nicht, dass 11 Karlsruher und Stuttgarter Museen sich zur Museumsbande zusammengeschlossen haben --> so habe ich sie kennengelernt, weil ein Brandenburger Museum mitgemacht hat
- Hat das Brandenburger Museum angeregt, eigene Story zu erzählen: eigenes Hagemeister Bild mit Wellen, dann das Bild auf einen Stein übertragen, dann zu Hagemeister Ausstellung nach Potsdam gebracht
- Nachteil: unklar wie lange die Challenge läuft und was das Ergebnis ist, wer kürt die schönste Meeralternative?

Negative Beispiele

(gerne auch mit ein-zwei Stichworten, was ihr nicht gut gelungen findet)

Arts and Culture Googel – Rundgang Weißes Haus

<https://artsandculture.google.com/exhibit/virtual-tour-of-the-eisenhower-executive-office-building/xgli0RWsaoFSjg?hl=de>

- virtueller Rundgang durch eines der Gebäude im/am Weißen Haus in Washington
- Panorama-Fotos, ergänzt um
- Kritik: Texte wenig "sexy" und unterhaltsam, interessante Details gehen in den etwas komplizierten Texten unter

- sehr sendungslastig, keine Interaktion möglich; im Prinzip ist es die digitale Übersetzung einer analogen roomtour (ohne die Möglichkeit, den Guide etwas zu fragen)

Twitter: VLA Bregenz

https://twitter.com/VLA_Bregenz

- Beinhalten ausschließlich Retweets und einmal im Monat eine Archivalie des Monats.
- Wirkt dadurch irgendwie als würde sich das Archiv keine Mühe geben.

Videoserie des zum internationalen Museumstag

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

- Alle Videos haben das gleiche Startbild, sie machen im Feed nicht neugierig und man versteht nicht intuitiv, dass es verschiedene Videos sind
- In den Videos selbst sind verschiedene Museumsvorstellungen kommentarlos zusammengeschnitten, das hat mich beim Schauen irritiert, die Verortungen sind für Menschen außerhalb Brandenburgs nicht so intuitiv (entlang der Havel, zwischen Spree und Neiße)

Ideen für eine gemeinsame Hashtag-Aktion

#depotdienstag

Vorschlag eines TN:

mein Gefühl ist, dass vielleicht das Mitmachen bei einem etablierten Hashtag doch ein guter Start wäre, um auszuprobieren, ob das wöchentliche Befüllen machbar ist

Der Vorteil ist, dass man quasi automatisch schon einen Grundstock an Leserschaft hat, denn #depotdienstag ist schon etwas etabliert und sorgt auch für gegenseitige Kontakte zu anderen GLAM-Institutionen

Ein weiterer Vorteil ist, dass das Format sehr niedrigschwellig und umfassend ist, d.h. man kann die Zuarbeiten auf mehrere Schultern verteilen und auch sehr gut für Wochen vorarbeiten

Mit etwas Um-die-Ecke-Denken könnte es trotzdem gehen. Ihr habt ja trotzdem eigene Inhalte, d.h. Material, Texte etc. Vielleicht wäre ein Ansatz, auch aus der Produktion von Inhalten zu berichten. Im Prinzip hat der Hashtag wenig formale Voraussetzungen

Fragen

Mich würden die Hashtags und Kategorien von Mara Dickson (?) interessieren... gibt es da einen Link?

Hier ist ihre Website/Blog:

<http://www.mardixon.com/>

Für eine Übersicht zu Museums-Hashtags gibt es z.B. diese Liste

<https://danamus.es/2016/08/01/glossary-of-museum-related-hashtags/>

Wiederkehrende Hashtag-Aktionen sind z.B. Ask a Curator Day

(<https://twitter.com/AskACurator>)

Am 16. September ist #AskACurator

Learnings/Ideen/Gedanken

- Institution nicht nur als Sender denken - der Zielgruppe zuhören bzw. zu Wort kommen lassen
- Unterscheiden zwischen Narration ÜBER die Institution (Blick hinter die Kulissen) bzw. partizipativen Formaten, bei denen die Zielgruppe bei der Erarbeitung von Inhalten/Erzählungen eingebunden werden/aktiv mitwirken können (zu Sendern im Namen der Institution werden) UND Formaten, die den Fokus auf einzelne Werke / Bestände haben und diese vermitteln/in den Fokus stellen/zur Beschäftigung mit einzelnen Werken einladen (das wiederum kann z.B. wieder gebündelt werden durch die Institution oder über gemeinsame Hashtags wie #gettymuseumchallenge, #betweenartandquarantine .
- Ausgangspunkt reflektieren: von den Inhalten/Vermittlung/Narration her denken und dann den passenden Kanal aussuchen? (ggf. muss dann der Inhalt noch dem Kanal angepasst werden) - ODER: vom Kanal her denken: beobachten, welche Themen/Trends/Stile/Ausdrucksformen aktuell auf welchen Plattformen/Kanälen gut ankommen/"trenden" und dazu ein passendes Thema/Inhalte aussuchen oder erstellen. (Kommt auf Zielgruppe und Institution an!)
- Ansprechen von einzelnen Personen direkt oder über "Mittlerpersonen" (z.B. Eltern, Verwandte, Lehrer*innen, Stadtteilzentren etc.)

- Reflektiert eure "Nachbarschaft" - welcher Content findet normalerweise auf dem Kanal/der Plattform statt? Wie passt mein Inhalt da rein? Will ich zwischen Katzenvideos und Essensfotos aufrütteln? (Bsp. @AuschwitzMuseum)

- Den Aufwand/den Personalbedarf nicht unterschätzen!!! Content-Creation, Vermittlung, Rechterecherche, inhaltliche Erschließung, technische Kompetenz etc. ist mehr als nur ein Full-Time Job!

- Reflektieren und Kommunizieren: wer sind wir?