



Digitale Strategien für Museen



Dr. Christian Gries

Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern

Museum digital – früher und heute

„Digital“ früher

1993: 130 Websites



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Museum digital – früher und heute



www.dhm.de

1997

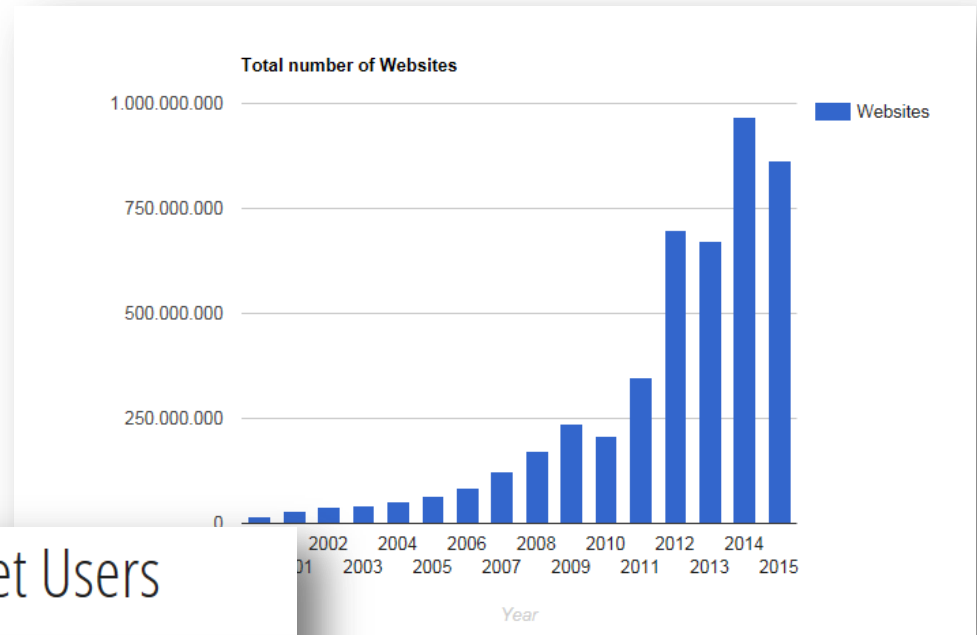
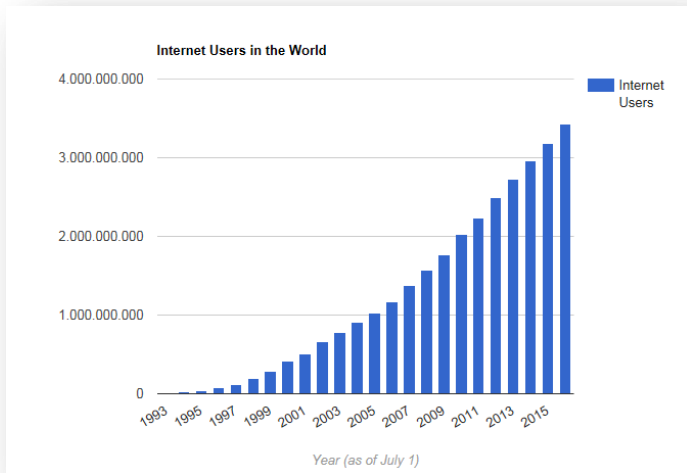
Quelle:

<http://web.archive.org>



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Museum digital – früher und heute



Germany Internet Users

71,016,605

Internet Users in Germany (2016*)

Share of Germany Population: **88 %** (penetration)

Total Population : **80,682,351**

Share of World Internet Users: **2.1 %**

Internet Users in the World: **3,424,971,237**



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM

ANGEZETZT

ANTISEMITISCHE UND RASSISTISCHE AUFLÄSER VON 1930 BIS HEUTE

20. APRIL
31. JUL 2016

ZfA

VERANSTALTUNGEN HEUTE

RECHEN SERVICE

AUSSTELLUNGEN

SAMMLUNGEN & FORSCHUNG

KIDZUS & VERMITTLUNG

UNTER UND

Deutsche Geschichte in Bildern und Zeugnissen

Dauerausstellung

Angebote für Geflüchtete

Willkommen in Deutschland | Welcome to Germany | Bienvenue en Allemagne

Warum Krieg mit Stalin?

LeMO-Rückblick
Der Krieg gegen die Sowjetunion

KURZES KRIEGS- und KATALANISCHES KRIEG

Bilder der Woche

ANFÜHRERBILDER

Angebote für Kinder & Familien
Führungen, Ferienprogramm und mehr

Die Sammlungen

Recherche
Objektdatenbank, Bildarchiv, Bibliothek

Zeughauskino

Aktuelle Filmvorstellungen

GEWÄHL VORSTELLUNGEN

DEUTSCHEN VORTRÄGE

KURZE

DEUTSCHEN VORTRÄGE

Die nächsten 4 Wochen

ÖFFNUNGSZEITEN

Täglich 10 - 18 Uhr
geschlossen 24. Dezember

Bahnsteiger Zugang

EINTRITT

Erwachsene 10,- Euro
6-14 Jahre 5,- Euro
Jahreskarte 50,- Euro
mit Begleitperson 70,- Euro

LAGEPLAN

FÜHRUNGEN

Fax +49 30 203
fuehrungen@dhm.de

Dauerausstellung
Tel. +49 30 203

Sonderausstellung
Tel. +49 30 203

Gruppenführer
maximal 25 Teilnehmer

Impressum | Datenschutzerklärung

GEBÄRDENSPRACHE

1813

AUF DER
SCHLACHTFELD
VON LEPER

Deutsche Geschichte in Bildern und Zeugnissen

Die Sammlungen

Lemo

Lebendes Museum Online

ZEITSTRAHLE THEMEN ZEITZEUGEN BESTAND LERNEN PROJEKT

1. Weltkrieg 1914 1918 1933 1939 1945 1949 1989

2. Weltkrieg Nachkriegszeit Geteiltes Deutschland Deutsche Einheit

Zweiter Weltkrieg

Nachkriegszeit

THEMEN

ZEITZEUGEN

BESTAND

LERNEN

Deutsches Historisches Museum

Neu in LeMO:
Vormärz 1815-1849

Das Objekt und seine Geschichte

Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland

25 Jahre Mauerfall

Rückblick: Der 9. November - Schicksalstag der Deutschen?

Videos

360-Grad-Objekte

Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM

Das Bundesarchiv

Kontakt Impressum

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM

Start Suche Schlagwörter Sammlungen Fotobestellung Merkliste Impressum English Drucken

Objektdatenbank

571854 Objekte

Gesamtdatenbank

Datenbankwahl

In unserer umfangreichen Objektdatenbank finden Sie den Großteil der digitalen Inventarisierungen des DHM, davon ca. 50% mit Abbildungen.

Stöbertipps

- >> Kaiserpanorama
- >> Volkspaläste Rara
- >> Schalplatten in der DDR

Schnellsuche

Suchtext: Suchen

Einstellungen

- ☐ Alle Treffer
- ☐ Nur Treffer mit Bild
- ☐ Bildergalerie
- ☐ Liste

Leihbedingungen

Leihbedingungen (PDF)

Instagram

dhmberlin

Deutsches Historisches Museum

2000 Follower

1000 Beiträge

Twitter

dhmberlin

1000 Follower

1000 Beiträge

Facebook

Deutsches Historisches Museum

1000 Follower

1000 Beiträge

RAF

TERRORISTISCHE GEWALT

Deutschland 11.10.2014 - 08.03.2015

Historisches Museum

Geschichtsmuseum

Geht auf

Abonnieren

Nachrichte senden

Museum free wi-fi guide



PLAYTIME
E-BOOK
ZUM
KOSTENLOSEN
DOWNLOAD



App
zur Dauer-
ausstellung



MoMA publishing "#momacollects" - notifies new acquisitions within 2 weeks to discuss on Instagram. #culturegeek

Übersetzung anzeigen

GEFÄLLT
1

11:34 - 23. Juni 2016



12.780 Einzelobjekte und über 40 Konvolute sind aktuell in der #jmbBerlin #Onlinesammlung verfügbar: objekte.jmbBerlin.de #heritageMW



Browse dozens of videos, online resources, and more from the Met on our @khanacademy page! met.org/1zkLVgv



RETWEETS 131 FAVORITEN 139

How I wish every museum functioned: Please take pictures. @smkmuseum photo policy in a nutshell #musetech @jonassmith



#MuseumWeek

March 28 - April 3, 2016



Toll dieses @Verkehrsmuseum Dresden! Besucher werden Co-Kuratoren... ow.ly/wZPM5

FAVORIT 1

02:20 - 19. Mai 2014



#Deutschland von allen Zeiten – der brandneue #Trailer zu unserer Dauerausstellung!



Deutschland von allen Zeiten – Trailer zur Dauerausstellung...

Von Fritz bis Fußballwunder, von Luther bis Luftbrücke, von Ritter bis Rennpappe – Erleben Sie 1.500 Jahre Geschichte im Deutschen Historischen Museum. Dauer



Von Besucher/innen gestaltete Aufkleber in der Ausstellung #Angezettelt #paintmuseum #imt16



Hintergrundwissen zu #Angezettelt: #Zeitzeugin Josepha v. Koskull zu Rassenpolitik&Judenverfolgung auf dhm.de/lemo/zeitzeuge...

RETWEET GEFÄLLT

Social Media

CONNECT WITH OUR ONLINE COMMUNITIES



Experience art every day, no matter where you are! Get to know SFMOMA inside and out by following our social media channels, reading our blog, and engaging with us beyond the walls of the museum.



Facebook

[Like](#) our Facebook page to stay up to date with everything SFMOMA, from exhibitions and events to artists' birthdays and museum news.



Twitter

[Follow](#) us on Twitter to stay in the loop on everything happening at SFMOMA and in the art world at large.



Tumblr

[Follow](#) our Tumblr for museum-related goodness. [Ask](#) us a question, or [submit](#) your own artwork for a chance to be featured!



Flickr

[See](#) photos taken at the museum and share your own pictures by tagging them [#SFMOMA](#).



YouTube

[Subscribe](#) to our YouTube Channel for artist videos and more.



Instagram

[Follow](#) our Instagram feed to see what's happening at the museum, both in the galleries and behind the scenes.



Pinterest

[Follow](#) our Pinterest boards for a dose of creative inspiration.



Google+

[Add](#) SFMOMA to your circles and hang out with us!

OPEN SPACE

SFMOMA's Open Space

[Open Space](#) is a lively platform for critical and personal responses to art, visual culture, and issues specific to the Bay Area, and beyond. Contributions from a dynamic range of artists and writers.



Sign up for e.news

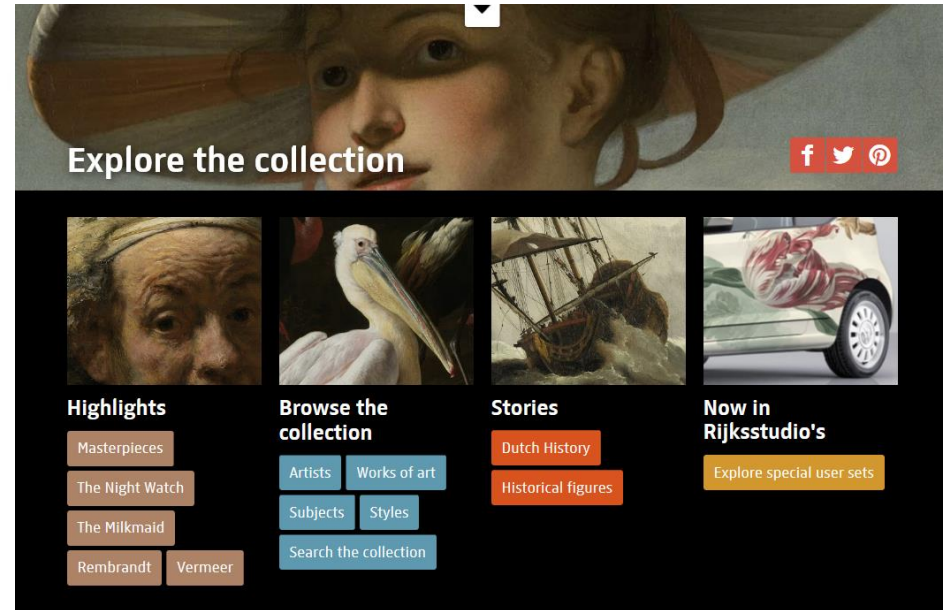
[Sign up](#) for e.news and keep up with the latest SFMOMA happenings through our monthly email newsletter.

SFMOMA
on the go



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

RIJKS MUSEUM



8.000

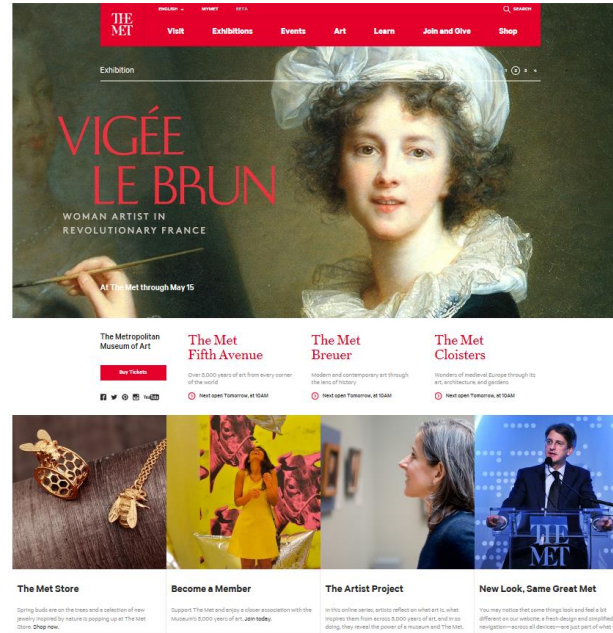


150.000



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern





6 Mio.

40 Mio.

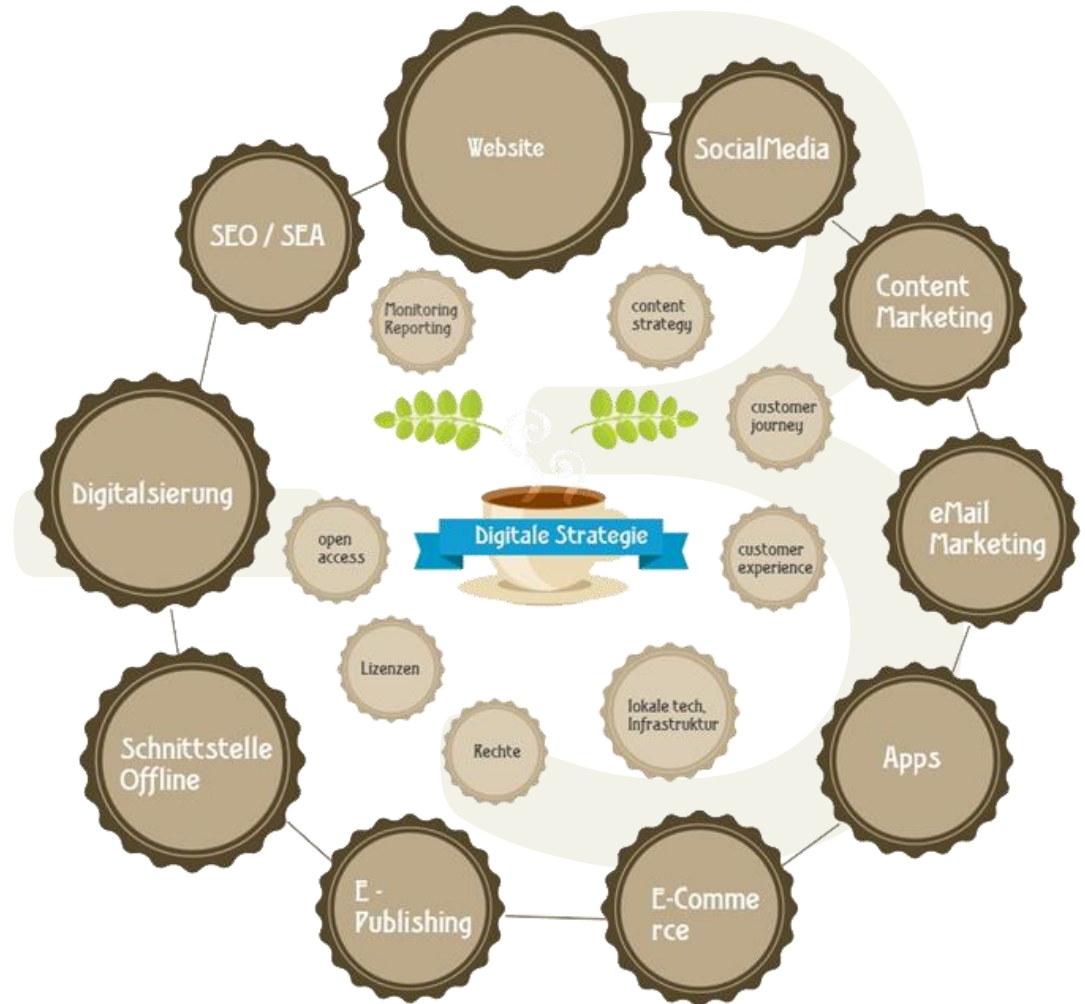
92 Mio.



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Museum digital – früher und heute

„Digital“ heute



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Historie der Digitalen Strategien

„Digitale Strategien“

2007	Museum Victoria, Melbourne (Aus)
2009	Smithsonian, Washington D.C. (USA)
2010	Tate, London (UK)
2011	SMPK Berlin
2012	Museo National Catalunya. Barcelona (S)
2013	MET, New York (USA)
2014	Städel, Frankfurt
ab 2015	„Das Erwachen“
	The Andy Warhol Museum, Pittsburg (USA)
	MoMA, New York (USA)
	Jüdisches Museum, Berlin
	Historisches Museum, Basel (CH)
	Deutsches Museum, München
	Historisches Museum, Frankfurt
	Kunstsammlung NRW K20/21

...



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Warum brauchen Museen jetzt digitale Strategien?

Strukturwandel und Paradigmenwechsel

„Da ist etwas in Bewegung geraten“.

Das Museum stellt sich, im Angesicht eines Strukturwandels in Gesellschaft, Kultur und Technik, neuen Dokumentations-, Kommunikations- und Vermittlungstechniken.

#Digitalisierung #digitaleTransformation #digitalChance
#digitaleErweiterung #digitaleArchitektur #digitalePlattform
#digitaleMuseumspraxis #eCulture



Warum brauchen Museen jetzt digitale Strategien?

Strukturwandel und Paradigmenwechsel

Neue Methoden, Produkte, Formate, Instrumente aber auch neue Definitionen und neues Selbstverständnis

Das Museum hinterfragt die Möglichkeiten und Aufgaben des eigenen Wertekanons bzw. Leitbilds und der (Ab-)Bildungsarbeit in Bezug auf das Digitale (und Analoge).

Das Museum reagiert auf ein digital affines, aktives und internationales Publikum, - auf geänderte Rezeptionsbedingungen.

Es hinterfragt die Facetten der Vermittlung, der „Kulturkommunikation“, die Definition des „Besuchers“ und der „Usability von Wissen“.

#MindSet #Grammarofaction

#Infrastruktur #CustomerJourney

#Interaktion #Kollaboration #Partizipation #Inklusion

und so weiter ...



Warum brauchen Museen jetzt digitale Strategien?

Konkrete Problemstellungen: „Ring of Frustration“



- wachsende Komplexität des Themas
#Technik #Strategie #Rechte #Ressourcen etc.
- schnelle Entwicklungszyklen
- Permanenz neuer Aufgabenstellungen und Potentiale
- unklare Voraussetzungen
#Hierarchien #Verwaltung
- Fehlende Strukturen
- Fehlende Ressourcen und Kompetenzen
- Fehlende Orientierung
- Kritische Projekte und Budgets
#Mehrwert #Nachhaltigkeit #Kostenkontrolle etc.



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Was ist eine „digitale Strategie“

Eine digitale Strategie definiert und kontrolliert alle Strukturen, Maßnahmen, Projekte, Ressourcen, Kompetenzen und Wertigkeiten, aber auch Kosten und Nutzen, die ein Museum im Digitalen einsetzt und führt sie in ein optimales Miteinander („**grammar of action**“).

Sie ist als grundsätzliche, langfristige und nachhaltige Verfahrensweise zu verstehen.

Eine digitale Strategie modelliert, kontrolliert und evaluiert alle digitalen Initiativen und Produkte.

Eine digitale Strategie ist eine Querschnittsaufgabe.

Eine digitale Strategie funktioniert nur ganzheitlich.



Was ist eine „digitale Strategie“

Die digitale Strategie ist nur zu Teilen eine Frage der Technik. Sie ist im Wesentlichen eine Haltung und ein iterativer Prozess.

Sie reflektiert und reagiert auf das Wertesystem eines Museums. Daraus definiert und modelliert sie das interne „Mindset“ eines Museums und damit grundlegende Parameter bzw. Umsetzungsstrukturen zu allen digitalen, technischen (und womöglich auch rechtlichen) Fragestellungen.

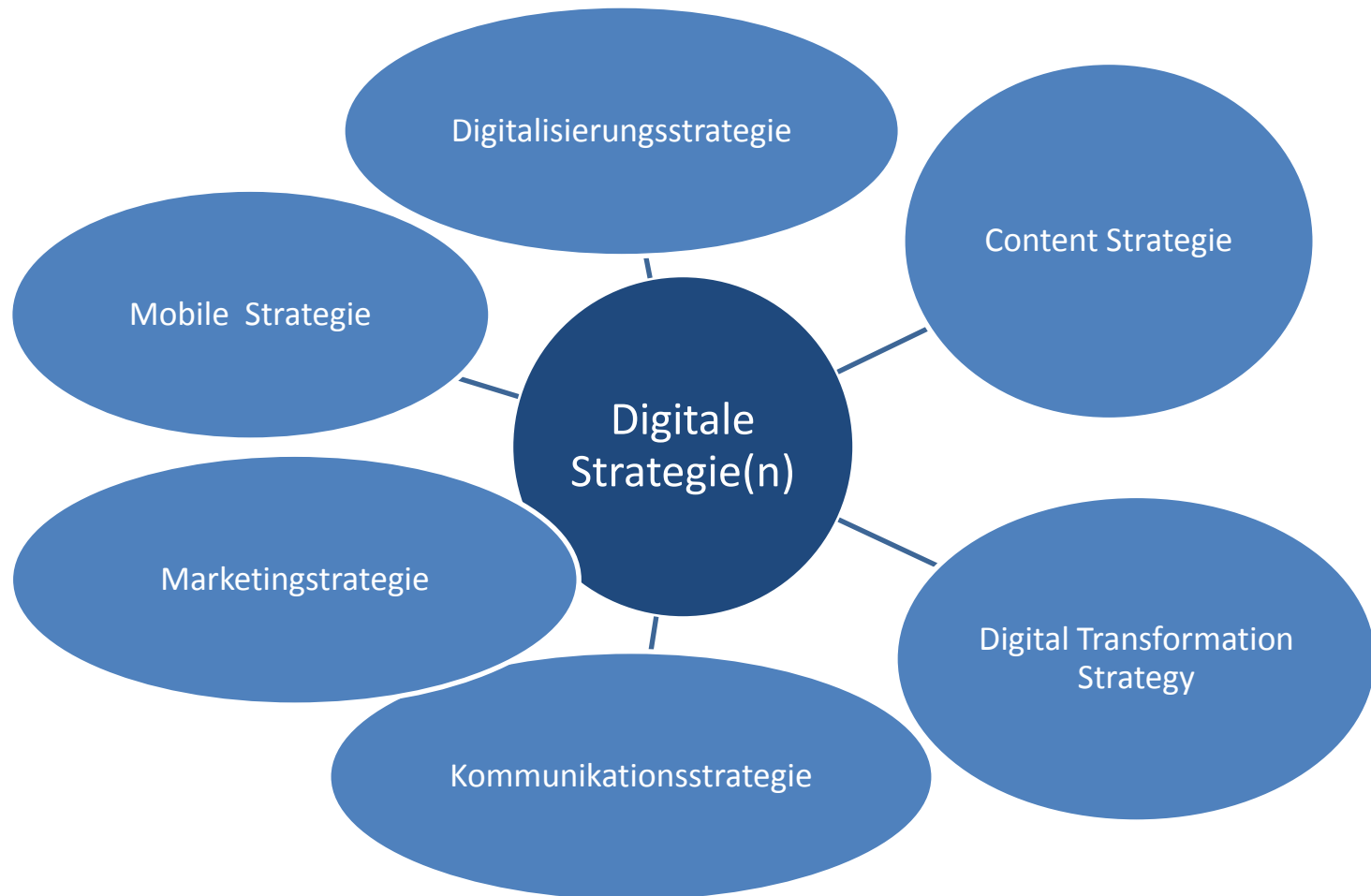
Sie formuliert diese Positionen gegenüber dem eigenen Haus und der Öffentlichkeit. Sie definiert das Zusammenspiel mit der lokalen IT und (über Themen wie Wifi und WLAN) Aspekte der unmittelbaren technischen Infrastruktur vor Ort.



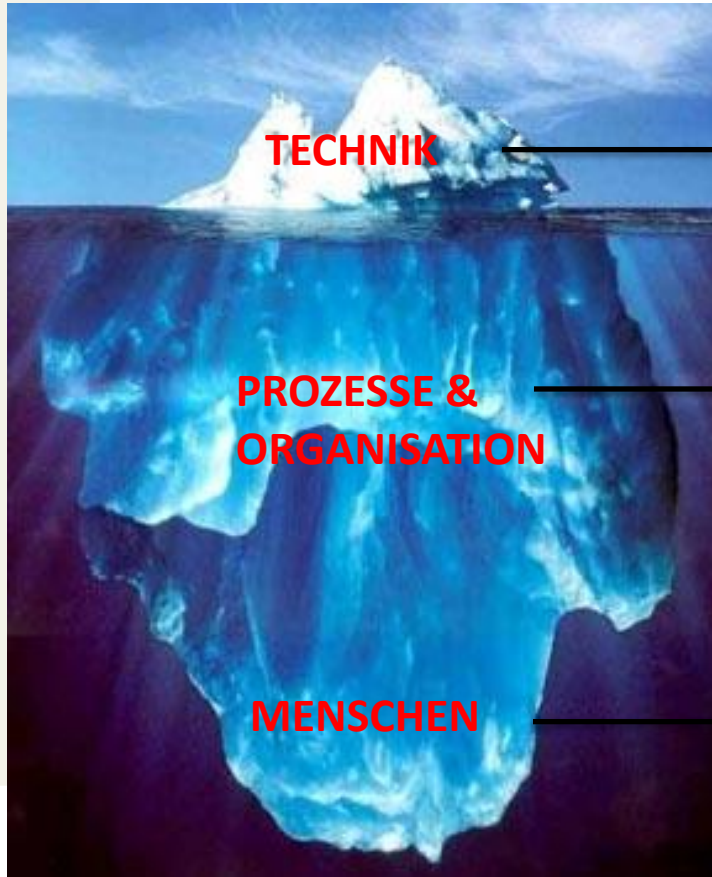
Das Digitale als Querschnittsfunktion



Eine digitale Strategie(n) hat viele Gesichter



Digitale Strategie



TECHNIK

Technische Herausforderungen

**PROZESSE &
ORGANISATION**

„MindSet“
Strategien
Strukturen
Ressourcen
EcoSystem

MENSCHEN

„Grammar of action“
Ideologie / Motivation
Kompetenzen
Profile
Ressourcen



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Digitale Strategien für Museen



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Projektphasen (2015 – 2020)

Phase I: „Analyse und Recherche“

Phase II: „Gesamtkonzept und Ressourcen für die Digitale Strategie sowie für den Einsatz neuer Technologien in Ausstellungen“

Phase III: „Aufbau von META-Ressourcen“



Phase I „Analyse und Recherche“

09/2015 bis 12/2016

Fundierte **Recherche** zu den Kriterien einer ganzheitlichen Digitalen Strategie im lokalen, nationalen und internationalen Umfeld.

Identifikation von **Kennzeichen** einer Digitalen Strategie:

- Definition eines Handlungsrahmens

- Definition Nutzungsszenarien & Anforderungsanalysen

- Definition Handlungsleitfaden

- Definition Anwendungsszenarien & Praxisbeispiele

Ziele, Meilensteine, Zielgruppen, Plattformen und Instrumente, Alleinstellungsmerkmale, Nutzendimensionen, Aufwände und Erfolgskriterien.

Erfassung zum IST-Zustand der Museen in Bayern.



Phase II „Gesamtkonzept und Ressourcen für die Digitale Strategie sowie für den Einsatz neuer Technologien in Ausstellungen“

01/2017 bis 12/2018

Auswahl von **40 prototypischen Institutionen** in Bayern
(Definition digitaler IST-Zustand und SOLL-Perspektive).

Im **Dialog** mit den Einrichtungen: Grundlagen- und Anforderungsprofil einer ganzheitlichen Strategie.

Umsetzung einer Digitalen Strategie bei **20 Pilotmuseen**

Evaluierung der Maßnahmen -> Ausarbeitung eines übertragbaren META-Konzepts



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

Phase III „Aufbau von META-Ressourcen“ 01/2019 bis 08/2020

Umsetzung der in Phase I und II gewonnenen Ergebnisse.

Erstellen von Informationspaketen, Leitlinien, Musterlösungen, Einsatz- und **Verwendungsmatrix**, Digital Framework.

Entwicklung eines **digitalen Workflow** (für Tools, Anregungen und Hilfsmittel): „**Strategie-Baukasten**“ als „living document“.

Publikation der Ergebnisse in digitalen und konservativen Medien
Präsentation der Ergebnisse zum 20. Bayerischen Museumstag
(Juli 2019).



Phase III Entwicklung von unterschiedlichen Settings

01/2019 bis 08/2020

Entwicklung von Skalierungsstufen für #DigSMus:

- Strategien für große und kleine Häuser
- Strategien nach Typen (Kunstmuseum, Technikmuseum, Freilandmuseum,)
- Strategien für hauptamtlich und ehrenamtlich geleitete Häuser
- Strategien für Häuser mit und ohne entwickeltem digitalem Portfolio
- Strategien für Häuser mit freiem oder eingeschränktem Wirkungskreis (gebunden in verwaltungstechnischen Strukturen: Stadt, Region, Zugehörigkeit)



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern

KONTAKT



Dr. Christian Gries

Tel. +49 89 210140-047

christian.gries@blfd.bayern.de

www.museen-in-bayern.de



Landesstelle für
die nichtstaatlichen
Museen in Bayern