

# “So einen hatten wir auch” – Museumsobjekte im digitalen Raum

## Stiftung Haus der Geschichte

**Datum/Uhrzeit:** 27.11.2015, 15:15 Uhr

**Protokoll:** Johannes Mirus, Bundesstadt.com

## Ausgangslage

Das Haus der Geschichte ist nicht nur an vier Standorten präsent, sondern auch im Internet. Was bedeutet das, ein “Museum im digitalen Raum”?

## Inhalt

- Der Internetauftritt ist Folge der Digitalstrategie und wird immer wichtiger.
- Schichtmodell: Vom Analogen (Museum vor Ort) über Internet, Social Media bis zum “LeMO – Lebendiges Museum Online”.
- Digitale Besucher haben Mehrwert.
- Objekte locken Besucher ins Museum.
- Im Netz läuft die Kommunikation doppelseitig, es wird interagiert, es kommen zum Teil auch emotionale Rückmeldungen durch die digitalen Besucher.
- Analogmuseum: Objekte werden in einem physischen Raum erlebt.
- Digitale Angebote:
  - Apps: Begleitend zu den Dauerausstellungen in Berlin und Bonn (weitergehende Informationen, Audioguide, Spiele etc.)
  - LeMO – <http://hdg.de/lemo> (Zusatzinformationen und interaktive Anwendungen)
    - Etwa 1400 Objekte, die online abrufbar sind.
      - Es gibt ein paar Objekte, die nur dort abrufbar sind.
    - Objekte sind teilweise in einer 360-Grad-Ansicht ansehbar.
    - Jahreschroniken, Zeitzeugenbeiträge
    - Didaktische Hinweise für Lehrer

- Social Media: Facebook, YouTube, Twitter (Beiträge mit oft zeitlichen Bezug (Jahrestage, Museum Week etc.), Bezug auf ein Ausstellungsobjekt (z.B. Telefon der abgebrannten Asylunterkunft aus Mölln oder Lieblingsobjekte))
- YouTube: Objekte werden gezeigt und erklärt (mit Moderator)

## **Diskussion**

- Wählt ihr die Objekte selbst aus? – Nein, wir gehen auch auf Vorschläge ein und suchen die aus der Datenbank aus. Externe können nicht ohne Weiteres auf die Datenbank zugreifen (rechtliche Gründe).
- Welche rechtlichen Gründe? – Urheberrechtsschutz gilt 70 Jahre nach dem Tod. Ansonsten müssen die Rechte aufwändig geklärt werden. (Unterschied zur internen Nutzung im Museum!)
- Kann man Objekte auch anderweitig nutzen? – Man kann uns anschreiben. Für Bildungsprojekte o.Ä. geben wir das frei. Keine CC-Lizenz.
- Recherchiert ihr, ob eure Bilder (ungefragt) benutzt werden? – Nein, nicht aktiv.
- Wie rechtfertigt ihr den hohen Arbeitsaufwand, z.B. für ein Video? – Bisher nur Pilotprojekt. Wir fragen uns auch, ob sich das lohnt.
- Ausgestaltung der Videos: Schnell, YouTube-Style? Oder doch eher langsam, erklärend? – Im Plenum eher Arte-Zuseher, die sich Zeit nehmen. Man muss bei sich selbst bleiben und nicht jedem Trend hinterherjagen. / Aber es soll auch nicht museal wirken, soll schon aufgelockert werden!
- Habt ihr schon probiert, die Überlieferungsgeschichte mit zu erzählen? – Ja.
- Welche Reichweite habt ihr mit den Tweets? – Gute Reichweite ab ca. 1000 Impressionen.
- Was ist euer Ziel? – Wir wollen eine möglichst breite Zielgruppe erreichen. Die Jüngeren sind auf YouTube und Co. unterwegs.