



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

## **TAGESPROGRAMM**

(Stand: 03. Mai 2021)

### **Mittwoch, 05. Mai 2021**

**Einchecken**  
**ab 13:30 Uhr**

**Begrüßung/Einführung**  
**ab 13:45 Uhr**

**MAI-light I:  
Nutzer\*innenforschung und Teambuilding  
14:00 – 17:00 Uhr**

**Spotlight on the Audience! Nutzer\*innenforschung zu digitalen  
Sammlungspräsentationen von Kunstmuseen**

*Theresa Maria Stärk M.A., Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf /  
Institut für Kunstgeschichte*

**Besucher-Datenanalyse im Museum Barberini**

*Esther Knuth / Remigiusz Plath, Museum Barberini, Potsdam*

**Kooperative App-Entwicklung, nachhaltige Strategien und  
Nutzer\*innenstudie: Die MuseumsMenschen-Web-App**

*Univ.-Prof. Dr. Anja Grebe, Donau-Universität Krems / Professur für  
Kulturgeschichte und Museale Sammlungswissenschaft*

**Online-Vermittlungsformate aus der Corona-Zeit auf dem Prüf-  
stand – Einblick in die nutzer\*innenorientierte Forschung zur  
Digitalen Werkstatt der Klassik Stiftung Weimar**

*Nicolas Dittgen / Florentine Holte / Sophia Gröschke, Klassik Stiftung  
Weimar*

**Vom Aktionismus zur Agilität – Das Europäische Hansemu-  
seum auf dem Weg in der Corona-Krise**

*Dr. Felicia Sternfeld / Sören Affeldt, Europäisches Hansemuseum  
Lübeck gGmbH*

**Wissenschaftsgeleitete Digitalisierung am Deutschen Schiff-  
fahrtsmuseum. Über den Aufbau eines digitalen Teams in Pan-  
demiezeiten**

*Dr. des. Isabella Hodgson / Dr. Dennis Niewerth / Dr. Alexander Reis,  
Deutsches Schiffahrtsmuseum / Leibniz-Institut für maritime Ge-  
schichte, Bremerhaven*

## 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](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: 03. Mai 2021)

## Mittwoch, 05. Mai 2021

**MAI-light I:**

**Nutzer\*innenforschung und Teambuilding**

**14:00 – 17:00 Uhr**

**Spotlight on the Audience! Nutzer\*innenforschung zu digitalen Sammlungspräsentationen von Kunstmuseen**

*Theresa Maria Stärk M.A., Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf /  
Institut für Kunstgeschichte*

Das Präsentieren seiner Sammlung auf digitalem Weg kann ein Museum auf vielfache Weise in seinen Zielen unterstützen – gerade in Zeiten temporärer Museumsschließungen, wie wir sie aktuell bedingt durch die COVID-19-Pandemie erfahren. Die Konzeption von Online-Sammlungen richtet sich dabei jedoch oft zunächst auf die eigene institutionelle Seite, die durch interne und externe Rahmenbedingungen vielfach eingeschränkt sein kann. Doch fokussiert man sich bei der Konzeption einer Sammlung Online auf die Nutzer\*innen, so gilt es zunächst, sich als Museum bewusst zu werden, für welche Zwecke eine Sammlung online genutzt wird und welche Anforderungen von den verschiedenen Nutzenden an eine digitale Sammlungspräsentation gestellt werden. Neben der Frage „Was können wir als Museum auf unserer Sammlung Online bieten?“ sollte demnach auch die Frage „Was wollen die Nutzer\*innen geboten bekommen?“ beachtet werden.

Das Betrachten von Nutzer\*innengruppen als Methode der Marktsegmentierung kann dabei wesentliche Erkenntnisse für Museen zur Aufbereitung ihrer digitalen Angebote darstellen. Hierfür sollen im eingereichten MAI-Tagungsbeitrag zur Untersuchung der musealen Marktsegmentierung sechs Personae und deren verschiedene Anforderungen an eine digitale Sammlungspräsentation und deren Vermittlung vorgestellt werden.

Die vorgestellten Forschungsergebnisse basieren dabei auf Fokusgruppenauswertungen, die im Februar 2020 an der Heinrich-Heine-Universität durchgeführt wurden und Anforderungen von verschiedenen digitalen Museumsnutzer\*innen untersucht haben. Dabei konnten die Motive der Nutzung von Online-Sammlungen von Kunstmuseen in sechs Gruppierungen unterteilt werden: Hobbynutzer\*innen, professionelle Nutzer\*innen, Kulturtourist\*innen, Kreativnutzer\*innen, Freizeitnutzer\*innen und kommerzielle Nutzer\*innen. Alle sechs Gruppierungen wiesen in dieser museumsinstitutionsunabhängigen Untersuchung jeweils eigene Anforderungen an eben solche web-basierten Sammlungspräsentationen auf.

Als Museum gilt es nicht nur zu entscheiden, welchen dieser Anforderungen man in der Präsentation und Vermittlung der eigenen digitalen Sammlung gerecht werden möchte (und kann), sondern auch wie in Zukunft ressourcenschonend Nutzer\*innenforschung am Museum betrieben werden kann, um Wünsche und Ziele des eigenen digitalen Publikums zu kennen und mitzudenken. Der eingereichte Tagungsbeitrag in Form eines Vortrags soll eben diese Möglichkeiten und Potenziale von Nutzer\*innenforschung am Museum aufzeigen sowie die Ergebnisse der eigenen Fokusgruppen Datenerhebung zur Marktsegmentierung des digitalen Museumspublikums vorstellen.

### **Theresa Stärk**

- Wissenschaftliche Mitarbeiterin Institut für Kunstgeschichte Studiengang Kunstvermittlung und Kulturmanagement Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf,
- Digitale Kunstvermittlung, Userforschung am Museum, Nutzung digitaler Museumsangebote, ästhetische Erfahrung am digitalen Objekt,
- Laufende Promotion zu „Grenzen der digitalen Kunstvermittlung. Digitale Kunsterfahrung und ihre Konsequenzen für die Kunstvermittlung im digitalen Raum“ (Arbeitstitel)
- Digitale Kunstvermittlung in der Lehre, Digitale Lehre Bachelorstudium Europäische Kunstgeschichte und Philosophie an der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg und der Università degli Studi di Siena,
- Wissenschaftliche Hilfskraft für kunsthistorische und archäologische Digitalisierungsprojekte an der Universitätsbibliothek Heidelberg
- Masterstudium Kunstvermittlung und Kulturmanagement an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf,
- Wissenschaftliche Hilfskraft für eLearning am Institut für Kunstgeschichte, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf,
- Praktika u. a. an der Peggy Guggenheim Collection Venedig, Kunstpalast Düsseldorf, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg Wissenschaftliche Mitarbeiterin für „ART4.0 – Digitale Kunstvermittlung“ am Institut für Kunstgeschichte, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

## **Besucher-Datenanalyse im Museum Barberini**

*Esther Knuth / Remigiusz Plath, Museum Barberini, Potsdam*

2020 haben das Hasso Plattner Institut (HPI) der Universität Potsdam und das Museum Barberini, Potsdam gemeinsam ein Analyse-Tool für die Auswertung von Gästedaten des Museums Barberini entwickelt. Das von Studierenden des HPI programmierte Tool kann eingesetzt werden, um Daten aus unterschiedlichen Quellen wie Ticketsystem, Social-Media-Kanäle und Bewertungsportale pseudonymisiert zu extrahieren und für detaillierte Analysen zur Verbesserung der Besucher\*innen-Angebote zu nutzen. Das HPI und die Museen der Hasso Plattner Foundation haben nun den gesamten Source Code sowie die dazugehörige technische Dokumentation als Open Source-Projekt auf dem internationalen Fachportal GitHub online gestellt.

Kulturinstitutionen können damit von den bisherigen Entwicklungen und Erfahrungen des Museums Barberini mit dem Tool profitieren und dieses auch individuell erweitern. So besteht bei dem Customizing des Codes auch die Möglichkeit, weitere Datenquellen einzubinden, um optimale Use Cases für das eigene Haus abzudecken. Mit dem Tool haben die Institutionen die Möglichkeit, Entscheidungen auf einer ganzheitlichen, repräsentativen Datengrundlage zu treffen – im Gegensatz zu punktuellen analogen Befragungen. Das Nutzen von vorhandenen Datenquellen hilft, bisherige Annahmen auch mit realen Datengrundlagen zu validieren.

Sechs Bachelor-Studierende des Hasso-Plattner-Instituts hatten das Projekt im vergangenen Jahr ein Semester lang in enger Abstimmung mit Mitarbeiter\*innen des Museums Barberini entwickelt. Verschiedene Abteilungen des Museums von Kommunikation und Marketing bis Vermittlung nutzen das Besucher\*innen-Datenanalyse-Tool seit Sommer 2020. Strukturierte Daten aus den Bewertungsportalen, maschinell aufgearbeitet, helfen dem Haus, konkrete Verbesserungen für die Besucher\*innen nachhaltig umzusetzen. Das Tool hat sich schon in vielerlei Hinsicht bewährt: Das Museum Barberini setzt es bei speziellen Fragestellungen ein, etwa als die Besucher\*innen-Ströme während des Corona-Betriebs neu geplant werden mussten. Oder strategisch, um die Social Media-Planungen und -Ansprache individuell für jeden Kanal einzustellen.

### **Esther Knuth**

Erste Stationen in der Vermittlung des Bucerius Kunst Forums, Hamburg und der Sammlung Boros, Berlin. Esther Knuth studierte Museumsmanagement an der New York University und war parallel studentische Mitarbeiterin im Kurator\*innen-Team des Whitney Museums. Seit 2019 ist sie in den Bereichen Kommunikation, Marketing und Digitales des Museums Barberini tätig.

### **Remigiusz Plath**

Betreut unter dem Dach der Hasso Plattner Foundation das Museum Barberini in Potsdam rund um alle Themen der Informationssicherheit und Digitalisierung. Nach dem Studium der Wirtschaftsinformatik arbeitete er für Unternehmensberatungen im Bereich öffentlicher und privater Organisationen. Seine Schwerpunkte sind Cybersecurity und IT-Architektur. Er ist stellvertretender Sprecher des AK Gebäudemanagement und Sicherheit des deutschen Museumsbundes sowie Mitglied des ICOM ICMS.

## **Kooperative App-Entwicklung, nachhaltige Strategien und Nutzer\*innenstudie: Die MuseumsMenschen-Web-App**

*Univ.-Prof. Dr. Anja Grebe, Donau-Universität Krems / Professur für Kulturgeschichte und Museale Sammlungswissenschaft*

Apps und Web-Apps sind die verbreitetsten und zugleich meist kritisiertesten digitalen Vermittlungsformate in Museen. In der Entwicklung oft mit hohen Kosten verbunden, sind die Anwendungen im ungünstigsten Fall bereits veraltet, wenn sie in den Institutionen zum Einsatz kommen, und die Download- und Zugriffszahlen sind, wenn die Inhalte nicht kontinuierlich weitergepflegt werden, häufig nach einer kurzen Anfangsphase meist erschreckend niedrig. Dies betrifft nicht nur Applikationen zum Downloaden, sondern auch Web-Apps, wie sie in der Corona-Krise für viele Museen zu einem favorisierten Vermittlungstool wurden. Vor allem kleinere Museen schrecken daher vor dem Aufwand einer Entwicklung zurück.

Doch wie kann der Widerspruch zwischen Museumsapps und Nachhaltigkeit aufgelöst und wie können Museumsapps insbesondere mit Blick auf kleinere, weniger ressourcenstarke Museen nachhaltiger konzipiert werden? Der Beitrag stellt die diesbezüglichen Überlegungen und Erfahrungen aus dem Kooperationsprojekt „MuseumsMenschen-Web-App“ in den breiteren Kontext der Debatte. Entwickelt im Rahmen des FTI-Projekts „MuseumsMenschen“ (2018–2020) zur Gründungsgeschichte der zehn ältesten Stadtmuseen in Niederösterreich, steht die mobile Website seit Oktober 2020 als Führungs- und Informationstool für den analogen und virtuellen Museumsbesuch zur Verfügung. In der webbasierten App treten die Gründer der Stadtmuseen in einem als Chat gestalteten Multi-Media-Guide als virtuelle Museumsführer auf (<https://museumsmenschen.noemuseen.at>) und geben Einblicke in die Sammlungen. Jedes der zehn Partnermuseen verfügt somit über ein digitales Vermittlungsformat, das selbständig, etwa im Rahmen von partizipativen Vermittlungsprojekten, erweiterbar ist und zugleich die bestehenden Verbindungen zwischen den Museen stärken soll.

Der geplante Vortrag widmet sich der Frage, welche konzeptuellen Überlegungen beim Übergang von der projektbasierten App-Entwicklung in eine nachhaltige Nutzung im Museums- und Vermittlungsalltag eine Rolle gespielt haben und welche inhaltlichen, technischen und administrativen Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, um die dauerhafte Pflege, selbständige und möglichst partizipative Weiterentwicklung und zeitgemäße User\*innen-Orientierung der Web-App zu gewährleisten. Hierzu soll abschließend das Design einer quantitativen und qualitativen Nutzer\*innen-Studie vorgestellt werden, die im Sommer 2021 in Kooperation mit den zehn Partnermuseen durchgeführt werden soll.

## **Anja Grebe**

ist Universitätsprofessorin für Kulturgeschichte und Museale Sammlungswissenschaften an der Donau-Universität Krems. Sie studierte Französische Literaturwissenschaft, Geschichte und Kunst- und Medienwissenschaften an der Universität Konstanz, wo sie 2000 im Fach Kunstgeschichte promovierte. 2012 habilitierte sie sich mit einer Arbeit zur Dürer-Rezeption in der Neuzeit an der Universität Erlangen-Nürnberg. Seit 2001 ist die Kunst- und Kulturwissenschaftlerin als Museums- und Ausstellungskuratorin und in der Kulturvermittlung tätig. Lehrtätigkeiten führten sie an die Universitäten Bamberg und Freiburg/Breisgau sowie als Vertretungs- und Gastprofessorin an die Universität Würzburg und die Peking University, Beijing. 2015 folgte der Ruf an die Donau-Universität Krems. Hier konzipierte sie u. a. den Masterlehrgang „Collection Studies and Management“. Sie lehrt, forscht und publiziert zur Theorie und Geschichte von Museen und Sammlungen, zu Museen und Digitalisierung, zu Fragen des Kulturtransfers, der Verbindung von Kunst und Naturwissenschaften und zur internationalen Kunst der Renaissance.

In Krems war sie u. a. Leiterin des FTI-Projekts „MuseumsMenschen – Geschichte der Stadtmuseen in Niederösterreich im 19. Jahrhundert“ (2017–2020) und ist aktuell Teil des von der Donau-Universität Krems geleiteten H2020-Projekts „In/Tangible European Heritage – Visual Analysis, Curation and Communication“, des interdisziplinären Pilotprojekts „Digital reconstruction of archaeological findings“ (2018–2022) und des Lehrforschungsprojekts „Gender & Diversity“ (2019–2021) zur Entwicklung von Blended-Learning-Formaten. 2020 veranstaltete sie die internationalen Online-Tagungen „Museen in Quarantäne – Neue Chancen für Sammlungen“ ([www.donau-uni.ac.at/museen-in-quarantaene](http://www.donau-uni.ac.at/museen-in-quarantaene)), „Kulturerbe und Digitalisierung“ ([www.donau-uni.ac.at/KulturerbeundDigitalisierung](http://www.donau-uni.ac.at/KulturerbeundDigitalisierung)) und „Museum und Recht – Original, Reproduktion und Eigentum“ ([www.donau-uni.ac.at/mr2020](http://www.donau-uni.ac.at/mr2020)).

## **Online-Vermittlungsformate aus der Corona-Zeit auf dem Prüfstand – Einblick in die nutzer\*innenorientierte Forschung zur Digitalen Werkstatt der Klassik Stiftung Weimar**

Nicolas Dittgen / Florentine Holte / Sophia Gröschke, Klassik Stiftung Weimar

Unter dem Hashtag #STAYATHOME – KULTURELLE BILDUNG FÜR ZU HAUSE hat die Klassik Stiftung Weimar während des Corona-bedingten Lockdowns im Frühling 2020 zwei digitale Vermittlungsformate entwickelt: Die *Digitale Werkstatt* und #stayathome (ab Juni: #kulturöffner). Beide Ad-Hoc-Formate sind videobasiert, bedienen sich jedoch verschiedener Kanäle. Auch richten sich die beiden Formate an unterschiedliche Zielgruppen.

Mit #stayathome wurde über Instagram live in die Museen und Parkanlagen der Klassik Stiftung Weimar gestreamt. In einem eher lockeren Format sollte Wissen unterhaltsam vermittelt und ein Austausch mit dem digitalen Publikum während der Führung ermöglicht werden. Mit Wiedereröffnung der Museen im Sommer 2020 ging eine konzeptionelle Weiterentwicklung des Formats einher. Seither werden im #kulturöffner dem Publikum für den regulären Besuch unzugängliche Bereiche der Einrichtungen gezeigt. Die Live-Übertragung bietet die Möglichkeit zum direkten Austausch mit den Nutzer\*innen, indem diese Fragen im Chat stellen können. Fragen werden live beantwortet. Alle Videos können auch nachträglich auf YouTube abgerufen werden. Die Zielgruppe sind vor allem Erwachsene, von ortskundigen Weimarer\*innen bis hin zu überregionalen Zuschauer\*innen.

Bei der *Digitalen Werkstatt* handelt es sich um kurze Videos, die – angelehnt an das Konzept der offenen Besucher\*innen-Werkstatt im Bauhaus-Museum Weimar, Museum Neues Weimar und in Schillers Wohnhaus – Anleitungen geben und zum Mitmachen auffordern. In der *Digitalen Werkstatt* vermitteln Mitarbeiter\*innen der Abteilung Kulturelle Bildung praxisbezogen kulturgeschichtliche und künstlerische Themen der Weimarer Moderne und Klassik und leiten, unabhängig vom Museumsbesuch, handlungsorientiert zur kreativen Auseinandersetzung an. Zwischen März und Dezember 2020 wurden regelmäßig freitags insgesamt 18 Videos auf YouTube und Instagram online gestellt. Die Zielgruppe sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene.

Beide Formate sind bisher sehr unterschiedlich angenommen worden. Generell wissen wir über die Nutzung derartiger digitaler Angebote noch sehr wenig. Zwar können wir statistische Kennzahlen wie Klicks, Views oder den Aufenthaltsort der Nutzer\*innen ermitteln, Erkenntnisse zu Erfahrung, Motivation und Interesse der Nutzer\*innen fehlen jedoch. Im Rahmen eines museum4punkt0-Projekts soll analysiert werden, wie die Nutzungsbedingungen solcher digitalen Vermittlungsformate aussehen und welche Tools und Kanäle zur Durchführung geeignet sind. Diese Analyse wird exemplarisch für die *Digitale Werkstatt* durchgeführt. Dabei liegt der Fokus der Rezeptionsforschung auf den Nutzer\*innen. Um herauszufinden, wie Mitmach-Angebote im Digitalen erfolgreich durchgeführt werden können und wie diese mit dem analogen Raum verknüpft sein sollten, entwickelt die Klassik Stiftung Weimar ein digitales Evaluierungs-Tool zur Nutzer\*innen-Forschung. Der qualitative For-

schungsansatz soll ermöglichen, offene Fragen an die Nutzer\*innen zu adressieren. Das neu zu entwickelnde Tool wird darüber hinaus nutzungs-freundlicher und spielerischer zu bedienen sein als die von Museen bisher verwendeten Umfrage-Tools. Das Evaluierungs-Tool soll einem Baukasten-prinzip folgen, sodass flexibel verschiedene innovative Fragemöglichkeiten miteinander kombinierbar sein können. In einer intelligenten Datenbank werden die Antworten gespeichert und mit technischer Unterstützung wie einer Sentimentanalyse ausgewertet.

Durch die Einbindung im museum4punkt0-Verbund soll das Tool auf weitere digitale Angebote wie AR/VR-Anwendungen, Apps oder Online-Vorträge anwendbar sein und nach Projektabschluss weiteren Häusern zur Verfügung gestellt werden. Auf Grundlage der Evaluierungsergebnisse ist zudem eine Weiterentwicklung der digitalen Vermittlungsformate der Klassik Stiftung Weimar geplant.

### **Marie Florentine Holte und Nicolas Dittgen**

haben die Projektkoordination für das Teilprojekt „Labor digital: Vermittlungsformate in und außerhalb der Museen“ der Klassik Stiftung Weimar im Rahmen des Verbunds museum4punkt0 inne. Frau Holte war zudem seit 2019 wissenschaftliche Volontärin bei der Klassik Stiftung Weimar und hat die *Digitale Werkstatt* während des Lockdowns mitgestaltet.

### **Sophia Gröschke**

ist Referentin für kulturelle Bildung im Stabsreferat Kulturelle Bildung bei der Klassik Stiftung Weimar und verantwortet den Bereich der digitalen Vermittlung.

## **Vom Aktionismus zur Agilität – Das Europäische Hanse- museum auf dem Weg in der Corona-Krise**

*Dr. Felicia Sternfeld / Sören Affeldt, Europäisches Hansemuseum  
Lübeck gGmbH*

Direktorin Dr. Felicia Sternfeld stellt in diesem Beitrag dar, wie der erste Lockdown während der Corona-Krise im EHM Kreativität freigesetzt hat. Sie zeigt, welche Vielzahl an Formaten ausprobiert und weiterentwickelt wurde. Daneben geht es auch darum, wie durch die Krise Arbeitsprozesse und Selbstverständnis des EHM verändert wurden und wie man solche Lernprozesse in einem Museumsbetrieb verstetigen kann.

### **Thesen**

- Man muss viel ausprobieren, den Spieltrieb aktivieren und Fehler zulassen
- Nicht alles bewährt sich, aber man entwickelt Kompetenzen
- Man braucht eine gute Mischung aus langfristiger Planung und Spontaneität
- Technische Hilfsmittel wie Slack und Trello beschleunigen und vereinfachen Prozesse
- Ermutigende und experimentierfreudige Führung ist hilfreich
- Für die Etablierung moderner Methoden (z. B. SCRUM über Trello) braucht es manchmal mehrere Anläufe
- Museen brauchen Medien- und digitale Kompetenz
- Die Erstellung von Medien aller Art wird immer einfacher, daher haben auch Häuser mit wenig Mitteln die Chance, von der Digitalisierung zu profitieren
- Neben dem Ausprobieren ist das Auswerten besonders wichtig
- Ein gutes Netzwerk für den Erfahrungsaustausch lässt sich auf digitalem Wege schnell auf- und ausbauen

**Dr. Felicia Sternfeld**

ist seit 2015 geschäftsführende Direktorin des EHM. Sie ist Mitglied des Vorstands von ICOM Deutschland. Die Kunsthistorikerin war vorher u. a. Direktorin des Lübecker Theaterfigurenmuseums und Teamleiterin der art KARLSRUHE.

**Sören Affeldt**

leitet seit Januar 2021 die Kommunikation im Europäischen Hansemuseum Lübeck, schon seit 2017 ist er für die Bildung & Vermittlung verantwortlich. Er studierte Vor- und Frühgeschichtliche Archäologie, BWL und Erziehungswissenschaften. Er war freier Mitarbeiter bei der digiCULT-Verbund eG und übernahm 2014 die Leitung der Bildung & Vermittlung im PS.SPEICHER Einbeck.

## **Wissenschaftsgeleitete Digitalisierung am Deutschen Schifffahrtsmuseum. Über den Aufbau eines digitalen Teams in Pandemiezeiten**

*Dr. des. Isabella Hodgson / Dr. Dennis Niewerth / Dr. Alexander Reis,  
Deutsches Schifffahrtsmuseum / Leibniz-Institut für Maritime Geschichte, Bremerhaven*

Zum Januar 2020 – und somit unmittelbar vor dem Beginn der Pandemie – startete am Deutschen Schifffahrtsmuseum / Leibniz-Institut für Maritime Geschichte (DSM) in Bremerhaven der Aufbau des Arbeitsbereichs „Wissenschaftsgeleitete Digitalisierung“. Das im Kern sechsköpfige Team, das sich derzeit am DSM dieser Aufgabe widmet, stand und steht daher vor einer doppelten Herausforderung: nämlich erstens jener, das digitale Profil des DSM in Forschung, Sammlung und Ausstellung auf infrastrukturelle, inhaltliche und methodische Füße zu stellen sowie zweitens jener, dabei sowohl für die teaminterne Zusammenarbeit als auch für die Koordination mit dem Rest des Hauses pandemiekonforme Abläufe und Arbeitswege zu entwickeln.

So dient die Wissenschaftsgeleitete Digitalisierung als Ansprechpartner für alle kuratorischen Belange im virtuellen Bereich. Dies beginnt bereits in der Konzeptionsphase neuer Ausstellungen, wenn mit den Kurator\*innen nach besonders geeigneten Ansätzen für die digitale Vermittlung gesucht wird. Das Erarbeiten virtueller Angebote erfolgt in interdisziplinären Online-Workshops. Kurator\*innen und Entwickler\*innen sind somit über den gesamten Prozess in die Anwendungsentwicklung eingebunden. Alle Beteiligten empfanden dieses Vorgehen als besonders inspirierend und effizient, sodass es auch nach der Pandemie Teil unserer Werkzeugkiste bleiben wird.

Die folgenden Testphasen werden on- und offline durch die Besucher\*innen-Forschung begleitet, um im Sinne eines Design-Thinking-Prozesses die Weiterentwicklung des Prototyps anzuleiten. Eine weitere Aufgabe des Arbeitsbereichs besteht darin, die einzelnen Angebote aufeinander abzustimmen. Es wird versucht, die virtuellen Angebote nach Möglichkeit miteinander zu vernetzen, um das Museum langfristig möglichst umfassend digital abzubilden. Auch wird nach zusätzlichen Nutzungsformen der digitalen Angebote beispielsweise für den Schulunterricht gesucht – ob dieser nun im Klassenzimmer oder telepräsent stattfindet. Im Bereich der digitalen Dokumentation wird an der Neuausrichtung der Sammlungsdokumentation gearbeitet. Dies umfasst vor allem die Entwicklung von Workflows zur Digitalisierung nach den DFG-Richtlinien und den Aufbau eines Datamanagements für die am Museum tätigen ebenso wie die mit ihm vernetzten Wissenschaftler\*innen, die nun intensiver denn je auf die digitale Sammlungsdokumentation angewiesen sind. Die Sammlungsdatenbank soll daher stärker integriert werden, besonders durch den häufigeren Gebrauch von Normvokabularien, wie etwa dem GND-Normvokabular oder dem Aufbau eines Thesaurus für maritime Museen. Digitale Bestandspublikationen auf Plattformen wie der DDB oder Europeana sollen damit einhergehen. Beispielhaft für die künftige digitale Sammlungsdokumentation wurde der

Bestand des Norddeutschen Lloyds (NDL) ausgewählt, welcher die Bereiche Schriftgut-, Plakat- und Fotoarchiv einerseits und Objektsammlung andererseits umfasst.

Dieses Digitalisierungsprojekt verdeutlicht erneut, dass Datenhaltung nach den FAIR-Prinzipien erfolgen muss. Eine neue digitale Infrastruktur ist die Herausforderung der Gedächtnisinstitutionen und historisch arbeitender Wissenschaften. Digitalisierung kann zukünftig nur übergreifend gedacht und geplant werden. Der Vortrag will das Vorgehen des DSM in der Pandemiesituation nicht als die Bewältigung eines vorübergehenden Ausnahmezustands charakterisieren, sondern möchte vielmehr aufzeigen, wie sehr das Jahr 2020 auch ein Brennglas für die Erfordernisse einer zukunftsfähigen digitalen Strategie gewesen ist: Es hat digitale Fragestellungen ins Zentrum unseres Interesses rücken lassen, deren Brisanz mit Lockdowns und Kontaktverboten ebenso wenig begonnen hat, wie sie mit einer Impfkampagne enden wird – und die Museen weit vielschichtiger affizieren als nur auf der Ebene des Ausstellungsraumes.

### **Isabella Hodgson**

ist klassische Archäologin und arbeitet seit November 2020 als Digitale Kuratorin im Deutschen Schifffahrtsmuseum. Zuvor war sie bereits im Hetjens – Deutsches Keramikmuseum für Digitalisierung zuständig.

### **Dennis Niewerth**

von Haus aus Medienwissenschaftler und Historiker, ist seit März 2017 am Deutschen Schifffahrtsmuseum beschäftigt. Seit Januar 2020 leitet er als Wissenschaftlicher Referent für Digital History und Digital Heritage das Digitalisierungsteam. Seine Dissertationsschrift „Dinge – Nutzer – Netze: Von der Virtualisierung des Musealen zur Musealisierung des Virtuellen“ ist 2018 sowohl gedruckt als auch im digitalen Open Access beim transcript-Verlag zu Bielefeld erschienen.

### **Alexander Reis**

hat provinzialrömische Archäologie, Vor- und Frühgeschichte sowie Alte Geschichte studiert. Nach langjähriger Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an Museen, Grabungsleiter für das Bayerische Landesamt für Denkmalpflege und Leiter des Stadtarchivs Stadtprozelten war er zuletzt wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Projekt *Gemeinsame Normdatei für Kulturdaten* am Landesarchiv Baden-Württemberg. Seit November 2020 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter für digitale Dokumentation am Deutschen Schifffahrtsmuseum.

# 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 und aus Museen, Ausstellungshäusern und Kulturadministrationen sowie Archiven und Bibliotheken.



museums  
and the  
internet

Gemeinsam mit Expert\*innen, Entwickler\*innen und Anwender\*innen aus Kulturinstitutionen, 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 Medienutzung 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 Internet-zugang 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 Fortbildungszentrum) in Kooperation mit wechselnden Institutionen in der gesamten Bundesrepublik.

**[www.mai-tagung.de](http://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 Staatsgemälde- sammlungen**

#### **Pinakothek der Moderne**

Barer Straße 29

80799 **München**

[www.pinakothek.de](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://www.voelklinger-huette.org)

### **MAI-Tagung 2017**

*Montag, der 15. Mai 2017*

*Dienstag, der 16. Mai 2017*

#### **Zoologisches Forschungs-mu- seum Alexander Koenig**

Museumsmeile

Adenauerallee 160

53113 **Bonn**

[www.zfmk.de](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://www.zkm.de)

### **MAI-Tagung 2006**

*Donnerstag, der 18. Mai 2006*

*Freitag, der 19. Mai 2006*

#### **Berlinische Galerie – Landes- museum für Moderne Kunst, Fotografie und Architektur**

Alte Jakobstraße 124–128

10969 **Berlin**

[www.berlinischegalerie.de](http://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](http://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.landestmuseum-bonn.lvr.de](http://www.landestmuseum-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](http://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](http://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](http://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 museums-relevante 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.

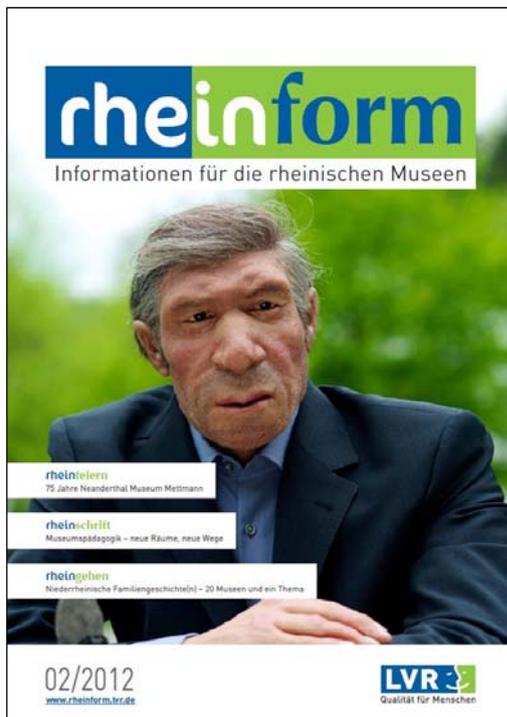
## Download + Newsletter

„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](mailto:rheininform@lvr.de)

**[www.rheininform.lvr.de](http://www.rheininform.lvr.de)**



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

rheininform 02/2012, S. 86-89



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

rheininform 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](http://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](http://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](http://museums(t)raum) | Kommunikationsstrategie und Gestaltung im digitalen Raum



[museumsfernsehen](http://museumsfernsehen) - Das Portal für Museumsvideos