



Tiroler Landesmuseen

23. Mai · 🌐

Heute haben wir wieder ein **#OnlineAtelier** für euch! „Wie im Himmel“ lautet das Motto – mit trüben, sonnigen, wolkigen Aussichten. Der Himmel fasziniert ja gerade im Frühling immer wieder aufs Neue. Wer kennt das nicht: Gemütlich auf dem Boden liegen, in den Himmel schauen und die Gedanken ziehen wie Wolken weiter ...

👉 Bringt mit uns den Himmel auf die Leinwand! ▶▶ ... Mehr anzeigen

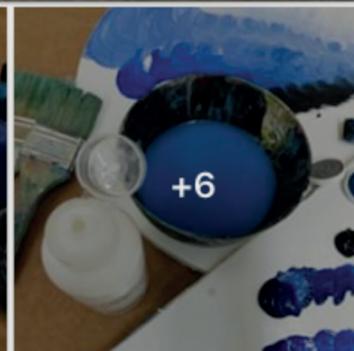
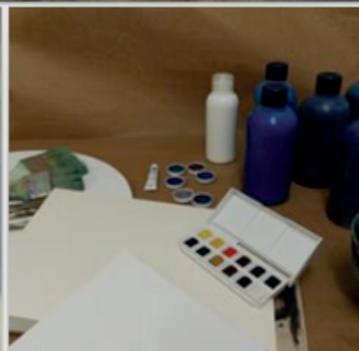


Abb. 1: „Wie im Himmel!“ lautete das Online-Atelier#6. Wer sein Bild auf Facebook postete, hatte die Chance, an der Online-Ausstellung teilzunehmen.

DIGITALE VERMITTLUNG ALS ERWEITERTER MÖGLICHKEITSRAUM IN DER KRISE UND ALS CHANCE FÜR DIE ZUKUNFT

Katharina Walter

ABSTRACT

The closure of museums due to COVID-19 has prompted increased engagement with digital alternatives. Social media as communication tools have thereby played a major role. The Cultural Mediation Department of the Tyrolean State Museums too faced the challenge to attract attention with the help of digital formats and to enable visitors to engage with the works from the collection beyond the physical museum. From these challenges have emerged educational initiatives which experiment with a combination of digital and analogue approaches. Furthermore, this essay analyses the potential of digital storytelling to address a broad and diverse audience and its possibility to become part of the educational programmes offered by the museum on-site and online.

ZUSAMMENFASSUNG

Durch die Schließung der Museen aufgrund der COVID-19-Pandemie ist die Beschäftigung mit dem Digitalen sehr plötzlich in der Vordergrund gerückt. Die sozialen Medien spielten als Kommunikationskanäle dabei eine wichtige Rolle. Auch die Kulturvermittlung der Tiroler Landesmuseen stand vor der Herausforderung, mit digitalen Formaten Aufmerksamkeit zu schaffen und eine vom analogen Präsenzraum unabhängige Beschäftigung mit Objekten aus den Sammlungen zu ermöglichen. Daraus sind Vermitt-

lungsiniciativen entstanden, die mit einer Verschränkung von digitalen und analogen Ansätzen experimentieren. Weiters wird das Potential von digitalem Storytelling für die Ansprache eines breiten und diversen Publikums und deren Möglichkeiten der Integration in die Vermittlung vor Ort und außerhalb des Museums erörtert.

Die COVID-19-Pandemie und ihre weitreichenden gesellschaftlichen Folgen haben auch die Kulturinstitutionen in ihren Grundfesten erschüttert. Durch die vorübergehende Schließung aller öffentlichen Einrichtungen war es plötzlich nicht mehr möglich, Kultur im gewohnten Kontext zu (er-)leben. Es machte aber einmal mehr deutlich, dass der Vermittlungsauftrag des Museums nicht an dessen Mauern enden darf. Fast über Nacht traten deshalb viele Museen in eine Phase des Experimentierens im Digitalen. Auch für weniger digital erprobte Institutionen brachte diese Ausnahmesituation somit einen Innovationsschub in Richtung digitaler Kommunikation.¹ Was von dieser Experimentierphase übrig bleiben wird, werden wir erst mittelfristig sehen. Entscheidend wird auf jeden Fall auch sein, wie das Analoge gewinnbringend mit dem Digitalen verbunden werden kann.

Auch das Team der Tiroler Landesmuseen stand in diesem plötzlich verordneten Stillstand vor der folgenden Herausforderung: Wie können wir die Kommunikation zu unserem (Stamm-)Publikum halten bzw. neue Interessierte gewinnen,

¹ Vgl. Thanhofer, Anita: Kulturvermittlung im digitalen Raum. Chancen und Herausforderungen für Kultur und User im Zeitalter digitaler Transformation, URL: <https://www.durchblickkunst.at/kulturvermittlung-im-digitalen-raum-chancen-und-herausforderungen-fur-kultur-und-user-im-zeitalter-digitaler-transformation/> (Zugriff: 6.7.2020). Siehe auch Heyl von, Anke: Offen trotz Schließung. Die wichtige Rolle der Kulturvermittlung in Zeiten von Corona, URL: <https://www.ankevonheyhl.de/kulturvermittlung-in-zeiten-von-corona/> (Zugriff: 19.8.2020).

die sich in dieser Zeit des Ausnahmezustandes mit Kunst und Kultur auseinandersetzen wollen? Es galt zu überlegen, welche Vermittlungsformate, die durch die fehlende physische Präsenz nun nicht mehr möglich waren, in den digitalen Raum transferiert werden können, welche bereits bestehenden digitalen Angebote einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden können, bzw. brachte diese Krisensituation auch neue digitale Vermittlungsideen hervor. So begaben auch wir, Kulturvermittler*innen, uns in eine Phase des Experimentierens. Manche dieser Formate fanden zunächst nur digital statt und wurden nach der Wiedereröffnung der Museen im Mai 2020 als hybride Formate in einem Mix aus Analogem und Digitalem weitergeführt. Die Social Media-Kanäle unserer Museen waren hier wichtige Kommunikationswege und wurden mehr als gewohnt mit Vermittlungsinhalten bespielt. Diese Tendenz war durchaus bei anderen Museen auch zu beobachten.

ANALOG – DIGITAL EIN VERSUCH HYBRIDER FORMATE

Online-Offline Atelier

Das Offene Atelier am Sonntag ist ein generationsübergreifendes Angebot für Erwachsene und Kinder in Begleitung, das seit nunmehr 17 Jahren erfolgreich im Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum einmal im Monat stattfindet. Ein Thema, die Inspiration durch ein Werk im Museum und die Unterstützung durch ein erfahrenes Team aus Kunstvermittler*innen und Künstler*innen bilden den Rahmen für das eigene künstlerische Schaffen mit verschiedenen Materialien und Techniken, sei es Modellieren, Zeichnen, Malen oder Collagieren. Dieses Format baut auf ein langjähriges Stammpublikum. Durch den plötzlichen Lockdown sah man sich dieser Community besonders verpflichtet.



Abb. 2: Zwei junge Künstlerinnen vor ihrem Himmel-Gemälde im Offenen Atelier des Ferdinandeums

So entstand die Idee des Formats Online-Atelier. Von März bis April 2020 fanden insgesamt fünf Online-Termine zu verschiedenen Themen statt, die vom Kunstvermittlungsteam des Offenen Ateliers konzeptionell gestaltet und auf den Social Media-Kanälen gepostet wurden. Man wollte dabei dem Grundsatz des freien künstlerischen Arbeitens treu bleiben und sich ganz bewusst von den DIY-Anleitungen und Erklärvideos unterscheiden, wie es so viele davon im Netz gibt. Man entschied sich deshalb für eine Kombination aus Fotostrecken und Impulstexten mit verschiedenen Themenschwerpunkten, die möglichst offen gehalten sein sollten. Sie sollten inspirieren und nicht erklären und dabei helfen, eine kreative Lösung für die eigenen Ideen zu finden. Seit der Wiedereröffnung der Museen ab Mitte Mai 2020 konnte das Offene Atelier zwar nun wieder regelmäßig vor Ort im Ferdinandeum stattfinden, aufgrund der geltenden Sicherheitsmaßnahmen jedoch nur mit einer kleinen begrenzten Teilnehmer*innenzahl. Parallel dazu veröffentlichten wir deshalb während der Sommermonate weiterhin einmal im Monat ein Online-Atelier auf den sozialen Medien (Abb. 1, 2). Diese Mischung aus analogem und digitalem Workshop-Angebot ermöglichte eine größere Reichweite und eine intensivere Betreuung unserer Museumsnutzer*innen. Die Arbeiten, die im Rahmen dieses hybriden Formats entstanden, konnten bis Ende des Sommers eingereicht bzw. auf den sozialen Medien gepostet werden. Es muss jedoch eingeräumt werden, dass die Resonanz online geringer als erwartet ausgefallen ist. Alle eingereichten Werke fanden Eingang in die virtuelle Ausstellung „Sichtweisen“, die eine vielfältige Werkschau der über mehrere Monate entstandenen Arbeiten ist und als virtueller Ausstellungsraum auf der Webseite der Tiroler Landesmuseen besucht werden kann.² Die Vielseitigkeit des künstlerischen Ausdrucks sollte sich im kuratorischen Konzept der Ausstellung widerspiegeln, das sich thematisch in vier Teile gliedert: die Beschäftigung mit dem Körper, das Ausprobieren unbekannter Techniken und das offene Experiment, die Inspirationen am Original

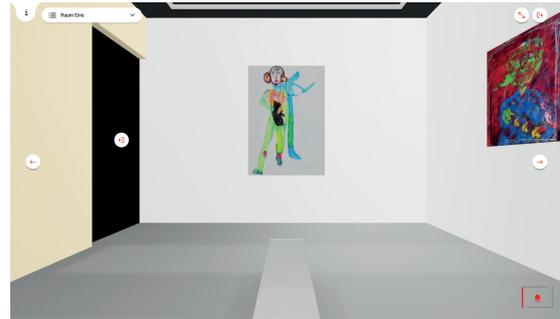


Abb. 3, 4: Blick in die Online-Ausstellung „Sichtweisen“ und Atelierfest mit analoger Präsentation der Werke

im Museum und die Verfremdung von Alltagsmaterialien: Es sollte damit die breite Palette der verschiedenen Techniken und künstlerischen Ideen der Teilnehmenden sichtbar gemacht und ihnen damit eine öffentliche Plattform gegeben werden. Der Abschluss dieses Projektes und gleichzeitig die Eröffnung der virtuellen Präsentation wurde am 24. September 2020 mit einer begrenzten Teilnehmer*innenzahl bei einem Atelierfest vor Ort im Ferdinandeum begangen. Dort waren dann auch einen Abend lang die Originalwerke der Ausstellung analog zu betrachten (Abb. 3, 4). Das Projekt war von Anfang an so konzipiert, dass man im Falle einer neuerlichen Schließung des Museums trotzdem eine virtuelle Ausstellung möglich machen hätte können, vielleicht sogar mit einer digitalen Vernissage.³

² Siehe URL: <https://www.tiroler-landesmuseen.at/online-ausstellungen> (Zugriff: 28.10.2020).

³ Siehe dazu das Beispiel einer digitalen Vernissage, die am 10.4.2020 in der Staatlichen Kunsthalle Baden-Baden stattfand: URL: <https://david.roethler.at/digitale-vernissage-staatliche-kunsthalle-baden-baden/> (Zugriff 17.8.2020).



Abb. 5, 6: Das digitale Quiz „Tracht. Eine Neuerkundung“ im Tiroler Volkskunstmuseum bot Einblick in die gleichnamige Ausstellung, die aufgrund des „Lockdowns“ nicht vor Ort besucht werden konnte.

Online-Offline Quiz

Gerade in der Zeit der Quarantäne, wo der Großteil der Bevölkerung mehrere Wochen in den eigenen vier Wänden verbrachte und viele Freizeitaktivitäten in gewohnter Weise nicht stattfinden konnten, nahm die Verbindung von Kulturvermittlung und Gaming einen besonderen Stellenwert ein. Es scheint, dass vor allem Angebote, die unterhaltend, spielerisch und mit einem entsprechenden Qualitätsanspruch Kultur im Netz verbreiteten, besonders erfolgreich waren. Wir befassen uns schon seit mehreren Jahren mit spielerischen Vermittlungsmethoden im Kontext hybrider Lernarrangements, das heißt mit der Verbindung von virtuell präsentierten Informationen und realen Museumsobjekten im Kontext von E-Learning.⁴ Quiz

werden dabei in ihrer Vermittlungsqualität oft unterschätzt. Im Zeitraum von März bis August 2020 entwickelten wir für alle fünf Häuser der Tiroler Landesmuseen insgesamt sieben digitale Quiz mithilfe der App Quizmaker zu verschiedenen Themen, die über die sozialen Medien online verfügbar gemacht wurden.⁵ Die Quiz für Erwachsene stellen einen spielerischen Zugang zu Wissen im Bezug zu verschiedenen Ausstellungskontexten dar. Die Fragen sind im Einzelspieler-Modus mittels Multiple-Choice lösbar, richtige Antworten bringen Punkte. Die Fragen setzen nicht nur ein bereits bestehendes explizites Vorwissen voraus, sondern sie generieren auch Wissen bei den Nutzer*innen, indem beispielsweise über die Anschauung von Bildern Lösungen möglich sind und kurze Texte im Anschluss an die Beantwortung der Frage vertiefende Informationen geben (Abb. 5, 6).

⁴ Dazu zählen beispielsweise zwei mit der Firma Fluxguide entwickelte Multimedienanwendungen für Schüler*innen für zwei Ausstellungen im Zeughaus (2013 und 2015), die mit interaktiven Quiztouren selbstbestimmte Wissensaneignung und mit Kommentarfunktionen den Austausch unter den User*innen förderten.

⁵ URL: <http://www.quiz-maker.com/Q8F0ZRO> (Klüger als der Osterhase, Volkskunstmuseum), <https://www.quiz-maker.com/QYHUACI> (So fern – so nah. Eine Kulturgeschichte der Telekommunikation, Zeughaus), URL: <https://www.quiz-maker.com/QH17X6X> (Tracht. Eine Neuerkundung, Volkskunstmuseum), URL: <http://www.quiz-maker.com/QT1U1E9> (Wie gut kennst du die Hofkirche in Innsbruck?, Hofkirche), URL: <http://www.quiz-maker.com/QMQ7AOG> (Wie gut kennst du das Innsbrucker Riesenrundgemälde? TIROL PANORAMA), URL: <http://www.quiz-maker.com/QQNX00T4> (Was gibt es Neues im Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum?, Ferdinandeum), URL: <http://www.quiz-maker.com/QN1EFZFB> (Reise mit Goethe nach Italien!, Ferdinandeum).

Solange die Museen geschlossen waren, boten die Online-Quiz eine Alternative, das Museum virtuell zu besuchen. Ab der Wiedereröffnung der Tiroler Landesmuseen im Mai 2020 fanden fünf dieser Online-Quiz ihre Fortsetzung und Ergänzung in analogen Rätseln, die ausschließlich bei einem Museumsbesuch vor den Objekten lösbar und mit einem Gewinnspiel verbunden waren. Diese Verbindung aus Analogem und Digitalem führte somit nicht nur zu einer Erweiterung in einer räumlichen, sondern auch einer zeitlichen Dimension: Der Museumsbesuch begann schon zu Hause, indem sich die Spieler*innen über Themen vorinformierten. Das hat auch vor Ort Konsequenzen, denn vorinformierte Museumsbesucher*innen entdecken bzw. sehen mehr und können sich intensiver mit den Inhalten des Museums auseinandersetzen.⁶ Die Auswertung der Online-Quiz zeigt deutlich, dass die höchste Spieler*innenbeteiligung fast immer am Tag des Erscheinens des Posts auf den sozialen Medien und ein bis drei Tage danach liegt und dann deutlich abebbt. Am häufigsten wurden die Quiz gespielt, die in der Zeit des „Lockdowns“ und der Schließung der Museen (zwischen Ende März und Mitte Mai 2020) online gingen. Nur das Quiz „Reise mit Goethe nach Italien!“, das am 16. Juli 2020 gepostet wurde, fand größeres Interesse außerhalb dieses Zeitraums. Das mag an der generell hohen öffentlichen Aufmerksamkeit der Ausstellung liegen. Gespielt wurde vor allem in Österreich, aber auch in Deutschland, Italien und sogar vereinzelt in Brasilien, Großbritannien, Norwegen, den USA und Holland. Die Reichweite war somit deutlich höher, als man es mit einem analogen Angebot in diesem Zeitraum erzielen hätte können. Dass Gaming-Elemente mit klar kulturvermittlerischer Perspektive erfolgsversprechende Tools der Zukunft sind, um einen spielerischen und experimentellen Umgang mit Hochkultur im Netz zu

ermöglichen und damit ganz andere Zielgruppen zu erreichen, ist unumstritten, umso mehr, wenn sie zusätzlich partizipative Möglichkeiten bieten⁷, wie wir es bei anderen Vorgängerprojekten, wie beispielsweise der interaktiven App #myFERDINANDEUM, bereits realisiert haben.⁸ Dies bestärkt unsere Absicht, diesen Weg in der Vermittlung weiterzugehen und zu intensivieren.

DIGITAL STORYTELLING – DIE BEDEUTUNG VON GESCHICHTEN

Will man eine möglichst breite und diverse Gruppe von Menschen erreichen und zur Auseinandersetzung mit Inhalten und Themen im Museum anregen, ist eine narrative Kommunikationsform ein passendes Instrument dafür. Aufgrund ihres multimedialen Charakters eignen sich digitale Medien dafür besonders gut. Letztendlich ist das sicherlich auch mit ein Grund dafür, dass Storytelling in Kulturbetrieben, und im Speziellen im musealen Kontext, eine Renaissance erfährt. Eine gut erzählte Geschichte weckt Aufmerksamkeit, bezieht die Zuhörenden mit ein, vermittelt Inhalte in verständlicher und anregender Weise. Als alte kulturelle Praxis ist das Erzählen deshalb auch ein Paradebeispiel für das informelle Lernen in der Wissens- und Kulturvermittlung.⁹ Es ist eine Methode, mit der explizites, vor allem aber auch implizites Wissen mit Mitteln einer narrativen Rhetorik weitergegeben werden. Und gerade aufgrund dieser impliziten Kommunikation von Inhalten, die an das Vorwissen der Zuhörer*innen anknüpft, liegt die Deutung im Storytelling zu einem großen Teil auch bei den Zuhörenden selbst. Sie lässt ihnen Raum zur Interpretation und damit auch zur alternativen Sinnstiftung.¹⁰ Denn, damit

⁶ Siehe Eschenfelder, Chantal: Die digitale Strategie des Städel. Museums-Konzepte, Praxisbeispiele, Erfahrungen, in: Pöllmann, Lorenz/Hermann, Clara (Hg.): Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements, Berlin 2019, S. 315–346. Mit seiner digitalen Strategie nimmt das Städel Museum eine Pionierrolle im Hinblick auf die digitale Museumspräsenz und -vermittlung im deutschsprachigen Raum ein.

⁷ Vgl. Pöllmann/Hermann: Kulturbetrieb (wie Anm. 6), S. VII.

⁸ Mit dieser App können Nutzer*innen den Besuch des Ferdinandeums aktiv mitgestalten, indem sie die Sammlungspräsentation des Ferdinandeums erkunden und selbst zu Ausstellungskurator*innen werden.

⁹ Siehe Woletz, Julie/Volkwein-Mogel, Jelena: Digital Storytelling als Technik zur Wissens- und Kulturvermittlung (nicht nur) in Museen, in: Mangold, Michael/Weibel, Peter/Woletz, Julie (Hg.): Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung, Baden-Baden 2020, S. 77 f.

¹⁰ Vgl. Kramper, Andrea: Storytelling für Museen, Herausforderungen und Chancen, Bielefeld 2017, S. 96.



Abb. 7: Alois Gabl, Brautbetteinsegnung, 1875, Öl auf Leinwand, Innsbruck, Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum, Ältere Kunstgeschichtliche Sammlung, Inv.-Nr. Gem 3686

ein Objekt verstanden werden kann, muss es in einen dem Besucher oder der Besucherin nachvollziehbaren Zusammenhang gebracht werden.¹¹

Der Verlebendigung von Bildern mittels Animation und Geschichten hat sich deshalb seit dem Frühsommer 2020 ein Projekt in den Tiroler Landesmuseen verschrieben. Ziel ist es, digitale Videostories zu ausgewählten Werken verschiedener Sammlungen im Ferdinandeum zu entwickeln und diese Bilder für die Betrachterinnen und Betrachter zum Leben zu erwecken. Das Bild „Brautbetteinsegnung“ des in München tätigen Tiroler Malers Alois Gabl aus dem Jahr 1875 bildet dabei den Auftakt für dieses Projekt und

sei hier beispielhaft für die gesamte Intention des digitalen Vorhabens erwähnt. Es ist ein Bild, das bis vor Kurzem in der Dauerausstellung des Ferdinandeums zu sehen war und neuerlich Ende des Jahres in der Ausstellung „Defregger. Mythos–Missbrauch–Moderne“ ausgestellt sein wird (Abb. 7). Es zählt zu den starken narrativen Bildern, die ins Auge springen und neugierig machen. Nicht selten hören wir von Besucher*innen: „Was passiert denn hier?“ Alois Gabl gelingt ohne theatralische Inszenierung die unmittelbare Wiedergabe dieses aus heutiger Sicht fremden bäuerlich-religiösen Rituals, der Segnung des Brautbettes am Tag der Hochzeit, indem er einfühlsam

¹¹ Vgl. Giessen, Hans W./Schweibenz, Werner: Kommunikation und Vermittlung im Museum. Überlegungen zur Museumskommunikation, kognitiven Lerntheorie und zum digitalen Storytelling, in: Mangold/Weibel/Woletz (Hg.): Betrachten (wie Anm. 9), S. 103.

die psychologischen Zustände durch Mimik und Gestik der handelnden Personen schildert, die Szene damit emotional auflädt und somit vergegenwärtigt. Der Bildraum wirkt „echt“, die eingefangene Zeit ist dargestellt durch äußerste Hell-Dunkel-Kontraste.¹² Dabei bedient sich Gabl einer Technik, die wir auch aus dem Theater kennen: Das Bild funktioniert als Bühne einer Geschichte, als Fenster in eine andere Welt. Während das Kino später bestimmte Funktionen der Malerei übernimmt, wirken Bilder wie diese wie Standbilder eines Films. Das macht das Bild für eine animierte Geschichte, die mit Spezialeffekten wie Bewegung, Highlighting und Zoomen von Details, Überblendungen und Einblendungen von zusätzlichen Bildern arbeiten kann und so die akustische Story verdeutlichen, unterstreichen und das Bild in besonderer Weise zum Leben erwecken kann, vor allem interessant. Die mit visuellen Mitteln und durch eine Sprecherin erzählte Geschichte soll die Betrachterinnen und Betrachter emotional in die Bildwelt eintauchen lassen, das Bild somit in einen gegenwärtigen Zusammenhang bringen und bestenfalls zu einer Diskussion über aktuelle Rollenbilder, Vorstellungen von Partnerschaft und individuelle Lebensentwürfen führen.¹³ Welche Aufgabe kann eine solche digitale Anwendung nun für unser Museum übernehmen? In welcher Form kann diese mediale Technologie sinnvoll in die Vermittlungsansätze des Museums integriert werden? Die aufbereiteten digitalen Stories sollen einerseits in die App, die für mobile Endgeräte (Smartphone, Tablet) und für ausleihbare Multimediageräte konzipiert ist, vor den jeweiligen Objekten als ergänzendes Vermittlungstool zur Audiotour zum Einsatz kommen. Sie bereichern somit das analoge Erlebnis für die Besucherinnen und Besucher, indem sie Unsichtbares sichtbar machen und so den Fokus auf das Objekt vor Ort lenken.¹⁴ Sie eignen sich aber auch für die digitale Expansion des

Ausstellungsraumes: Im Vorfeld der schon erwähnten Ausstellung ist daran gedacht, dieses Pilotvideo auf den sozialen Medienkanäle des Museums zu posten und damit einen Vorgeschmack auf die Ausstellung „Defregger. Mythos–Missbrauch–Moderne“ zu geben, um bestenfalls ein neues Publikum für das Museum anzusprechen.¹⁵ Auch erscheint die weitere Online-Nutzung der Video-stories gerade im Hinblick auf den bevorstehenden Umbau des Ferdinandeums und die damit verbundene vorübergehende Schließung als ein sinnvolles Angebot, das räumlich und zeitlich unabhängig das Museum in der Gesellschaft verankern kann. Es ermöglicht eine vom Museum vollkommen unabhängige Beschäftigung mit Bildern aus den Sammlungen weltweit. Deshalb ist für die Video-stories auch eine Untertitelung in Deutsch, Englisch und Italienisch vorgesehen.

Ein anderes Projekt, das kurz vor seinem Abschluss steht und sich auch des Reizes des Erzählens als Methode bedient, ist eine neue App, die als multimediale Anwendung für Kinder und Erwachsene durch das TIROL PANORAMA mit Kaiserjägermuseum in Innsbruck führt. Die jungen Besucher und Besucherinnen werden mit zwei Audiotouren mit interaktiven Elementen von verschiedenen Figuren, u. a. von der Kinderfigur „Fritz“, auf eine Zeitreise durch das Riesenrundgemälde begleitet. Fritz erzählt dabei, was er vor 125 Jahren bei der Entstehung des Panoramagemäldes erlebt hat und offenbart Geheimnisse aus der Kindheit seines Großvaters, eines Kriegsveteranen der Kämpfe von 1809, die das Motiv des Riesenrundgemäldes bilden. Er bietet damit Identifikationsmöglichkeiten und emotionale Anknüpfungspunkte für die jungen Museumsbesucher*innen. Auch für Erwachsene bietet die App eine interaktive Tour mit einer fiktiven Figur, einer emanzipierten jungen Frau aus bäuerlichem Umfeld, die

¹² Vgl. Moser, Sybille-Karin: *Tiroler Bilder und ihre Darstellung in den schönen Künsten: Malerei in Tirol 1830–1900*, URL: <https://www.uibk.ac.at/kunstgeschichte/materialpersonal/37a.tiroler-bilder-und-ihre-darstellung.pdf> (Zugriff: 25.8.2020), S. 13.

¹³ „Die Herausforderung ist und bleibt zu Beginn des 21. Jahrhunderts das Erzählen von Geschichten, die den Menschen den Anreiz geben, eine Kulturinstitution aufzusuchen, das zu Sehende mit ihrem Erfahrungsraum in Verbindung zu bringen und als Mehrwert für ihr Leben zu identifizieren.“ Zit. in: Szope, Dominika: *smart places. Kulturinstitutionen im 21. Jahrhundert*, in: Pöllmann/Hermann: *Kulturbetrieb (wie Anm. 6)*, S. 307.

¹⁴ Siehe Lässig, Jan: *Unsichtbares sichtbar machen – Augmented Reality in der Kulturvermittlung*, in: Pöllmann/Hermann: *Kulturbetrieb (wie Anm. 6)*, S. 189–217.

¹⁵ Siehe Kohle, Hubertus: *Museen digital. Eine Gedächtnisinstitution sucht den Anschluss an die Zukunft*, Heidelberg 2018, S. 163–166.

einen perspektivischen Bogen von 1900 bis heute spannt und durch die Geschichte führt. Diese subjektive Erzählung soll die Museumsbesucher*innen in ihren Bann ziehen und das sonst schwer vermittelbare Thema der Rezeptionsgeschichte und dieses mit vielen Mythen behaftete Tiroler Geschichtskapitel anschaulich vermitteln. Kritiker*innen dieses Vermittlungsansatzes könnten dem Museum fehlende Objektivität vorwerfen. Es heißt aber nicht, dass das Museum den Anspruch auf Vermittlung verlässlicher Informationen aufgeben muss, wenn es verschiedene Erzählperspektiven nebeneinander anbietet. Es bedeutet vielmehr, dass die Vermittlung auf eine institutionelle Perspektive ohne erkennbare*n Autor*in verzichtet. Im Storytelling wird eine Perspektive hervorgehoben als eine unter vielen möglichen Geschichten. Und damit entspricht dieser Ansatz einem konstruktivistischen Geschichtsbegriff, der die Objektivität von Geschichte generell infrage stellt.¹⁶ Die Multimedialität dieser digitalen Anwendung ermöglicht außerdem die freie Auswahl verschiedener vertiefender Module in Form von kurzen Texten oder Rätseln, die je nach Interesse angeklickt oder übersprungen werden können und so die User*innen nicht nur zu bloßen Konsument*innen machen.

Die große mittel- und längerfristige Herausforderung wird sein, neue intelligente hybride analog-digitale Kultur- und Kommunikationsformen für Besucher*innen und User*innen des Museums zu finden, die durch die Omnipräsenz des Internets nicht mehr klare Trennlinien zwischen online und offline, analog und digital ziehen. Dass soziale Medien hier auch eine aktive Rolle als Kommunikationskanäle für die museale Vermittlungsarbeit spielen werden, ist eine der vielen Erkenntnisse, die wir aus der Krise gewinnen konnten. Gerade weil das Charakteristikum dieser Plattformen in besonderer Weise im Austausch, Kommentieren und Teilen von Inhalten liegt, bieten diese große Möglichkeiten für partizipative Ansätze. Denn gerade im Bereich der Co-Creation von Inhalten liegt ein großes Potenzial, das einen Paradigmenwechsel für Kulturinstitutionen, wie das Museum, zur Folge hat: „Die pro(aktive) Gestaltung, Kommentarfunktion und Kritikmöglichkeit ist nun nicht mehr allein die Aufgabe von Institutionen. Die neuen digitalen Kulturtechniken bieten uns das Werkzeug, sich mit einer eigenen Öffentlichkeit sichtbar zu machen, sich eine eigene Öffentlichkeit zu schaffen. Die Definitionsmacht über Kunst und Kultur verschiebt sich zunehmend in Richtung Gesellschaft und ihre GestalterInnen.“¹⁷

¹⁶ Vgl. Giessen/Schweibenz: Kommunikation (wie Anm. 11), S. 102–105. Die konstruktivistische Lerntheorie ist vor allem in den englischsprachigen Ländern in der Vermittlung in Museen stark verankert.

¹⁷ Weibel, Peter/Szope, Dominika: Das intelligente Museum, in: Mangold/Weibel/Woletz (Hg.): Betrachten (wie Anm. 9), S. 36. Siehe dazu auch Holst, Christian: Über die (Un-)Möglichkeit Co-Creation zu managen, in: Holst, Christian (Hg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor, Hamburg 2020, S. 23–26.

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Wissenschaftliches Jahrbuch der Tiroler Landesmuseen](#)

Jahr/Year: 2020

Band/Volume: [13](#)

Autor(en)/Author(s): Walter Katharina

Artikel/Article: [Digitale Vermittlung als erweiterter Möglichkeitsraum in der Krise und als Chance für die Zukunft 59-66](#)