

DIE DIGITALE PLATTFORM: KUNSTVERMITTLUNG IM MUSEUM

BARBERINI VOR, WÄHREND UND NACH DEM BESUCH

Dr. Jasdán Joerges^a, Johanna Köhler^b, Madeline Kressler^c

^a CEO, MicroMovie Media GmbH, Deutschland,
jasdan.joerges@micromovie.com;

^b Leiterin Marketing und PR, Museum Barberini, Deutschland,
koehler@museum-barberini.com;

^c Projekt- und Content Management, MicroMovie Media GmbH, Deutschland,
madeline.kressler@micromovie.com

KURZDARSTELLUNG: Im Januar 2017 eröffnete das Potsdamer Museum Barberini, welches dreimal jährlich wechselnde Kunstaussstellungen präsentiert. Ergänzend zum Original werden Ausstellungsinhalte über das Smartphone vermittelt und ein digitales Forum im Museum gibt Raum für Diskussionen über Kunst und deren Einordnung in die Geschichte. Die Museum Barberini App und die Barberini Letterbox sind innovative Medien in der Vermittlungsarbeit. Wie haben sie die Vermittlung verändert? Drei Themenschwerpunkten stehen im Zentrum dieses Beitrages: *Informieren*, *Erleben* und *Partizipieren*.

1. EINFÜHRUNG -

Welchen Mehrwert hat eine App für den Museumsbesucher und wie beeinflussen digitale Medien die Arbeit der Museen? Wie kann ich multimedialen Content über eine Plattform und auf verschiedenen Kanäle ausspielen? Welche Möglichkeiten bieten sich an, um mit dem Besucher in den Dialog auf Augenhöhe zu treten? Wie kann mobiles Ticketing den Besuch erleichtern? Im Museum Barberini konnte hierzu in den vergangenen Monaten Erfahrungen gesammelt werden, die auch für andere Museen von Bedeutung sein können.

Im Januar 2017 eröffnete das Potsdamer Museum Barberini mit seiner ersten Ausstellung *Impressionismus. Die Kunst der Landschaft*. Vermutlich wäre in einem Museum ein klassischer Audio-Guide mit der üblichen Nummerneingabe zu erwarten, welcher die Besucher linear durch die Ausstellung zu führt.

Doch das Museum Barberini setzte auf eine modular aufgebaute App, in der Touren, Ausstellungen, Exponate und multimedialer Content über ein CMS angelegt und verwaltet werden können.

Hinter der App steckt das dynamische Content-Management-System GuidePilot. Dieses verknüpft Basis-Daten der Kunstwerke und kuratorische Ausstellungsinformationen so miteinander, dass die Besucher sich intuitiv via Barberini App durch die Ausstellung begleiten lassen können. Mehr dazu erfahren Sie in den Punkten 2 und 3.

2. INFORMIEREN – VOR WÄHREND UND NACH DEM BESUCH

Vor, während und nach dem Besuch stehen dem Besucher alle App-Inhalte zur Verfügung. Ob Anfahrt, Öffnungszeiten Ticketing – der Besucher kann sich mit der Museum Barberini App auf den Besuch vorbereiten und Wartezeiten vor der Kasse durch das Online-Ticketing vermeiden.

Über die App lassen sich Timeslot-Tickets reservieren für den individuellen Besuch und Touren, aber auch für spezielle Events wie Lesungen, Barberini After Five – Abende oder Vorträge.

Zugleich kann vorab ein virtueller Rundgang in 360°-Panoramen unternommen werden, um sich mit der Geschichte des Hauses und den Räumlichkeiten vertraut machen zu können. Diese wurden mit multimedialer Content, wie Zeitzeugeninterviews, angereichert.

Nach dem Besuch können die Gäste den eigenen Besuch Revue passieren lassen, Details nachlesen, gesammelte Favoriten-Bilder anschauen und Exponat-Audios noch einmal hören oder sich auf kommende Ausstellungen freuen. Etwa drei Viertel der Besucher behalten die App auch nach dem Besuch weiterhin auf dem Smartphone, was für eine besonders feste Besucherbindung durch die App spricht.

3. ERLEBEN: DIE MUSEUM BARBERINI APP UND DIE DIGITALE PLATTFORM

Die Besucher werden mit dem Smartphone oder einem Leihgerät (iPod) zu den gewünschten Ausstellungsstücken geführt. Dahinter verbirgt sich ein hochmodernes, **iBeacon-basiertes Navigationssystem**. Darüber können Besucher und Exponate im Museum lokalisiert werden und Kunstwerke ortsabhängig mit multimedialen Inhalten gekoppelt werden.

Content sollte intuitiv erfahrbar sein und auch für jüngere Zielgruppen zugänglich und interessant aufbereitet sein. Der **Multimedia Guide** schafft es über zielgruppenspezifischen Tourenangebote, Inhalte den Bedürfnissen entsprechend zu vermitteln. So gibt es von Beginn an eine eigene **Kinder-Tour** in der App, die ein eigenes Interface hat und kinderfreundlich eingesprochene Audios abspielt. Gleichzeitig vermittelt diese Tour mit Hilfe eines interaktiven Quizzes spielerisch leicht die Inhalte der Ausstellung. Die Kinder-Tour ist so beliebt unter den Besuchern, dass selbst der ein oder andere Erwachsene damit durch das Haus läuft. Künftig sind auch weiter Gamification-Ansätze denkbar, was natürlich immer im Ausstellungskontext zu erwägen ist.

Die **digitale Plattform GuidePilot** schafft Schnittstellen zwischen dem Sammlungsbestand des Museums, dem Ticketing und Besuchermanagement, der digitalen Infrastruktur vor Ort und anderen Kommunikationskanälen, wie Social Media, der Website oder dem Newsletter.

Diese Informationen werden so zusammengeführt und verknüpft, dass die Inhalte und Funktionen in der App sichtbar werden.

4. PARTIZIPIEREN: DIE BARBERINI LETTERBOX

Barberini Digital unterstützt das Erlebnis des Originals. Eine lebendige, digitale

Kunstvermittlung begleitet das Kunsterlebnis bereits u. a. mit der App vor dem Besuch, im Museum auf der Smart Wall und im Anschluss.

GuidePilot - die digitale Lösung für Museen und Kultur

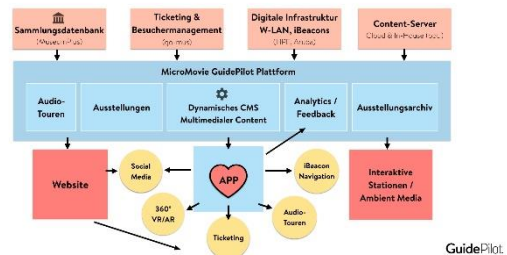


Abb. 1: Die Digitale Plattform als Modell

Zur Ausstellung *Hinter der Maske*. Künstler in der DDR kommt die Barberini Letterbox hinzu.

Mit der Barberini Letterbox etabliert das Museum ein smartes Gästebuch und lädt die Besucherinnen und Besucher ein, ihr Ausstellungsfeedback, ihre Meinungen, oder die persönlichen Wünsche an das Museum zu äußern. Die handgeschriebenen Beiträge werden digital erfasst und über eine animierte Projektion im Ausstellungsraum mit dem Publikum geteilt. Die Barberini Letterbox ist außerdem direkt mit den weiteren digitalen Kanälen des Museum, wie der App oder der Webseite, verknüpft. Die Besucherbeiträge erfahren so noch eine erweiterte Öffentlichkeit über das Museum hinaus.

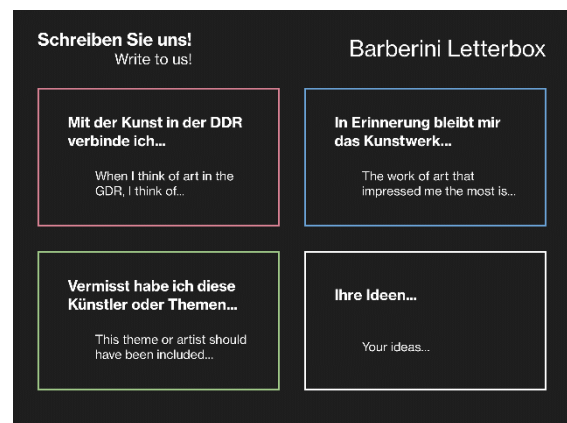


Abb. 2: Homescreen der Barberini Letterbox mit den vier Themekacheln zur Ausstellung „Hinter der Maske. Künstler in der DDR“

5. SCHLUSS UND AUSBLICK

Digitale Technologien können die Vermittlungsarbeit und den Austausch mit den Besuchern stärken. Anschauliche, informative und unterhaltsam aufbereitete Inhalte sowie das Eingehen auf Bedürfnisse

unterschiedlicher Besuchergruppen sind die Grundlage für eine langfristige Bindung des Museums an die Besucher. Dabei sollten digitale Technologien, wie Apps immer in den Ausstellungskontext gebettet werden und den Kontakt mit dem Original nicht stören. In der aktuellen Zusammenarbeit vom Museum Barberini und MicroMovie ist es gelungen, die bestbewerte Museumsapp zu gestalten. Diesen Weg wollen wir weiter verfolgen.