

Smarte Residenzen?

Vermittlungsansätze mit digitalen Medien am Beispiel der Cadolzburg und in weiteren Häusern der Bayerischen Schlösserverwaltung

Abstract Burgen, Schlösser und Raumkunstwerke mit ihrem überbordenden Reservoir an bau-, kunst-, regional- oder herrschaftshistorischen Geschichten können von den neuen Möglichkeiten profitieren: Mit medialer Hilfe lassen sich diese wunderbar vielfältig erzählen und zur Diskussion stellen. Digitales bietet darüber hinaus eine erstaunliche Bandbreite methodischer Zugänge für eine differenzierte Vermittlungsarbeit, die in die Museen zu implementieren sind, und die dabei helfen, den jeweiligen Besuchererwartungen entgegenzukommen. Sie vermögen zu reagieren auf individuelles Interesse, Vorwissen, Neigung und Gemeinschaft der Besucher, sie öffnen die Möglichkeit für aktive Teilhabe und Äußerungen, für Impulse und Wirkungen, die auch außerhalb der Museumsräume liegen. Ausgewählte Beispiele hierfür werden aus der aktuellen Museumsarbeit der Bayerischen Schlösserverwaltung, in Cadolzburg und andernorts, kurz erörtert – auch hinsichtlich zu bewältigender Klippen in der musealen Realität.

Keywords Erlebnis, Homo ludens, begeistern, Usability, Wahrnehmung von Verlorenem, Lernen on Demand

Die deutsche Museumslandschaft setzt sich bekanntlich aus vielen Museumsarten zusammen, davon zählen nur etwas über 4 Prozent zu den Burg- und Schlossmuseen, die immerhin von mehr als 12 Prozent der Museumsbesucher pro Jahr frequentiert werden – also ein beträchtliches Interesse erfahren.¹ Die Bayerische Schlösserverwaltung ist mit ihren 45 Häusern einer der größten Museumsträger Deutschlands, und wir freuen uns über fünf Millionen Besucher jährlich – allerdings verteilen sich diese sehr unterschiedlich auf der Landkarte: Es herrschen ja nicht überall Verhältnisse wie in Neuschwanstein ... Ich darf hier einen Einblick geben, was sich in puncto Vermittlung mit digitalen Medien bei uns tut. Mit einigen Beispielen möchte ich zeigen, wie gerade in Burgen, Schlössern und Raumkunstwerken museale Erzählungen mit ihrem überbordenden Reservoir an bau-, kunst-, regional- oder herrschaftshistorischen Geschichten von den neuen Entwicklungen profitieren können: Mit Hilfe der neuen Medien können diese wunderbar vielfältig erzählt und zur Diskussion gestellt werden. Digitales bietet darüber hinaus eine erstaunliche Bandbreite methodischer Zugänge für eine differenzierte Vermittlungsarbeit, die in die Museen implementiert werden kann und die dabei helfen, den jeweiligen Besuchererwartungen entgegenzukommen. Meine Perspektive ist dabei ebenfalls eine doppelte: als Referentin für Bildung und Vermittlung, zugleich aber auch als Kuratorin verschiedener Museen, zuletzt des völlig neuen Museums in der Cadolzburg bei Nürnberg. Dazu sind vorab ein paar wenige Hinweise sinnvoll.

Nach ihrer Aufbau- und Glanzzeit im späten Mittelalter als besonders wichtiger Herrschersitz der ehrgeizigen Hohenzollern, die sich von hier aus zu Kurfürsten in Brandenburg aufschwingen konnten, wurde die Burg zwar weiter genutzt, doch nie zerstört bis zum Jahr 1945, als im Rahmen von Schusswechseln von ein paar in der Burg verschanzten Deutschen mit den vorbeiziehenden Amerikanern das Ganze lichterloh in Flammen aufging – und bis 1979 als Ruine offen stand. Dementsprechend objektarm und schwierig gestaltete sich ab 2013 auch die Aufgabe, die unterdessen baulich ertüchtigte Cadolzburg als „Burgerlebnismuseum“ zu erschließen und 2017 auch zu eröffnen

1 Siehe Bulletin Deutscher Museumsbund 1 (2020), S. 13; ausführlicher (für 2018): www.smb.museum/fileadmin/website/Institute/Institut_fuer_Museumsforschung/Publikationen/Materialien/mat73_print.pdf, S. 27 (gesehen 15.3.2020).

unter dem Titel „HerrschaftsZeiten! Erlebnis Cadolzburg“². Wir hatten in den ersten Jahren jeweils 60.000 beziehungsweise 80.000 Besucher aller Altersklassen dort und sehr positive Resonanz seitens der Gäste.

Damit genug der Vorbemerkungen, und ich komme zu den Anwendungserfahrungen digitaler Vermittlungsmedien in der Bayerischen Schlösserverwaltung; es soll hier auch um eine offene Darstellung von erfolgreichen wie problematischen Erfahrungen gehen.

1. Formelles Lernen und Formen der musealen Mastererzählung aus kuratorischer Perspektive

Eine solche Perspektive findet im digitalen Medium oft auch eine Möglichkeit, Wichtiges, aber im Raum und auf der Objektebene nicht Vorhandenes oder Immaterielles wahrnehmbar zu machen.

Einschlägig ist dafür natürlich ein Multimediaguide. Im Falle der Cadolzburg sind es eigene Geräte – wegen der Vielfalt der andernfalls aufwendig zu programmierenden Formate und wegen der schnellen Anpassungsnotwendigkeiten. Das ist zwar ein Vorteil in puncto musealer Nachhaltigkeit, doch sind die Leute mit fremden Geräten nicht so vertraut wie mit eigenen. Beim Cadolzburger Multimediaguide wird die Wahl von verschiedenen Touren geboten. Außer einem „Schnelldurchlauf“ ist es vor allem eine beliebig zu vertiefende Tour mit Wissens- und Informationsebenen, die Zusammenhänge von Räumen oder Themen erschließen, die den Kuratoren als Inhalte besonders wichtig erschienen. Dabei bleibt die Entscheidung, ob der Benutzer diese auch wirklich zur Kenntnis nehmen will, ihm vorbehalten durch Auswahl der Einzelinformationen. Was die Bauten im Original und die Baugeschichte von Denkmälern wie unseren Burgen und Schlössern angeht, so bergen die neuen Medien natürlich ein besonders wertvolles Potential: Denn hier kann die Wahrnehmung der realen Bausubstanz abgeglichen werden mit anschaulich gemachter Forschung, die so einfließt und verständlich wird, zum Beispiel bei der Visualisierung von verlorenen Bauzuständen (Abb. 1, S. 57). Das

2 Wissenschaftliche und populäre Publikationen dazu v. a.: „herr im hauß“. Die Cadolzburg als Herrschaftssitz der fränkischen Zollern im Mittelalter. Hrsg. Sebastian Karnatz; Uta Piereth. München: Bayerische Schlösserverwaltung 2017. Cadolzburg. Amtlicher Führer. Bearbeitet von Sebastian Karnatz und Uta Piereth. München: Bayerische Schlösserverwaltung 2019.



Abb. 1: Multimediaguide mit Augmented-Reality-Anwendung zum hochmittelalterlichen Palast Zeichnung: R. Kraus, Bauforschung: J. Zeune, Umsetzung: M. Mennenga/C. Bauer. Foto: C. Bauer, 2016

Ganze funktioniert allerdings auch stationär mit nicht erhaltenen oder komplett dokumentierten Bauzuständen, wie etwa am Beispiel der nur virtuell vorgenommenen, wissenschaftlich fundierten Rekonstruktion des Cadolzheimer Erkersaals: Hier kann man verschiedene Farbbefunde auf die optische Anwendung im ganzen Raum hin überprüfen oder sich mit einer 360-Grad-Ansicht im rekonstruierten Raum umschaun. Wichtig ist bei den eingesetzten Mitteln immer der Blick auf Usability, also eine wirklich absolut benutzerfreundlich-intuitiv von allen Generationen zu handhabende Form.³

³ Im Falle Cadolzburgs wird beim Multimediaguide mit akribisch positionierten, gut funktionierenden Beacons gearbeitet als „automatischem“ Auslöse-Mechanismus, mit sehr einfachen Symbolen und Berührungsbedienug. Als problematisch erwies sich die Verwendung akustisch optimaler, hygienisch unbedenklicher, aber den Besuchern noch nicht vertrauter Knochenschallkopfhörer. Hier mussten zur leichteren Nutzbarkeit rasch Beschreibungen nachgerüstet werden.

In Cadolzburg gibt es auch weitere systematische informatorische Hilfsmittel, um an verschiedenen Stationen Quellentexte zugänglich zu machen. Dabei ist ebenfalls eine interaktive Komponente integriert und das Ganze auf individuelle Bedürfnisse der Besucher zugeschnitten: Die sogenannten O-Töne laufen auf Tablets und bieten die saftige Originalsprache des 15. Jahrhunderts, eine Übersetzung und eine Hörversion. So werden die Quellen-Grundlagen für die im Museum erzählten Geschichten kommuniziert. Andere derartig konzipierte Medienstationen wie zum Beispiel zur Musik am Zollernhof des 15. Jahrhunderts folgen derselben Idee. Lieder und Instrumentierungen können vom Besucher komplett oder selektiv angehört werden: Auch hier wird etwas wahrnehmbar, was im Museum real nicht vorhanden ist.⁴

Schließlich führt eine durch die Besucher auszulösende Projektion die Protagonisten der musealen Erzählung in Cadolzburg als emotional zugängliche Persönlichkeiten vor Augen. In einem humorigen Abgleich zwischen historischen und heutigen Textelementen wird die Beziehung von Albrecht Achilles und seiner Gemahlin hörbar. Auch hier werden durch diese „Dialoge“ der VIPs gerne Gespräche zwischen den Besuchern ausgelöst. Das ist anregend, kann allerdings als akustische Störung anderer Besucher im Raum wirken. Immer reagieren jedenfalls all diese Wissensangebote auf die Besuchernachfrage. Also findet auch formelles Lernen nur on demand statt und respektiert damit verändertes Besucherverhalten.⁵

2. Kuratorisches Selbstverständnis, offener Vermittlungsansatz und Spielräume dank digitaler Medien

Wenn man unter „Kurator“ einen Brückenbauer zwischen den Spezialkenntnissen zu Bau/Geschichte/Kunstwerk und den Besuchern versteht und das kuratorische Bedürfnis nach gesteuerter Narration etwas zurücknimmt zu-

4 Übrigens ist es auch in diesem Fall möglich, die Erfahrung allein, oder aber auch gemeinschaftlich zu machen, indem zwei Besucher zugleich die Auswahl treffen und hören können.

5 Siehe Mangold, Michael; Julia Woletz: Bildung, Wissen, Narrativität. Wissensvermittlung durch Digital Storytelling nicht nur für Museen. In: Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen. Hrsg. Michael Mangold u. a. Baden-Baden: Nomos 2007, S. 33–48, hier S. 43. Nettke, Tobias: Was ist Museumspädagogik? Bildung und Vermittlung in Museen. In: Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen. Hrsg. Beatrix Commandeur u. a. München: kopaed 2016, S. 31–42, bes. S. 36 f.

gunsten eines offeneren Vermittlungsansatzes, der die Besucher neugierig machen und begeistern will, erreicht man gerade angesichts der Möglichkeiten digitaler Medien relativ leicht jeden dort, wo er emotional oder intellektuell direkt anzusprechen ist. Wir brauchen hier nicht die Besucheranalyse zu rekapitulieren, aber Tatsache ist, dass Museen, konkret Burg-/Schlossmuseen, für die meisten ein Ziel in ihrer Freizeit sind.⁶ Gewisse Anregungen dürfen also durchaus mit Unterhaltungscharakter versehen sein. Berücksichtigt man dabei die längst nicht nur unter den Digital Natives verbreiteten Kommunikations- und Verhaltensgewohnheiten, die heute selbstverständlich mit Internet, Apps, Social-Media-Kanälen oder gar Spielen vertraut sind, sind wir gut beraten, auch unsere Vermittlungs- und Präsentationsmethoden anzupassen: Die Besucher schätzen eigene und selbstbestimmte Auseinandersetzung mit den Museumsthemen.⁷ Niederschwellige Aktivierungs- und Partizipationsangebote sind also wichtig. Digitale Medien sind dafür häufig optimal geeignet. Scheinbar ferne Kultur- und Geschichtswelten zu erschließen in einer Weise, die womöglich sogar Vergnügen vermittelt, hat in der Bayerischen Schlösserverwaltung an verschiedenen Stellen jüngst gut funktioniert. Einige Beispiele sollen das erläutern.

Um mit einem relativ schnöden, aber essentiellen Element zu beginnen, zeige ich den Touchtisch, der den Cadolzburg-Besuchern eingangs dabei hilft, sich über die musealen Angebote eine Orientierung zu verschaffen: durch einen mit Drohnenflug übersetzten Überblick und anwählbare museale Schwerpunkte. Hier ist einzig das Problem der großen Bilddaten-Mengen und der nur mittleren Reaktionsgeschwindigkeit auf Besucherinteressen zu erwähnen.

Rundum geglückt ist die informelle Einbindung der Besucher beim Cadolzheimer Gästebuch: Sie können hier – gerne sogar in der ganzen Gruppe – ihr

6 Siehe dazu die statistische Gesamterhebung des Instituts für Museumsforschung für 2018, https://www.smb.museum/fileadmin/website/Institute/Institut_fuer_Museumsforschung/Publikationen/Materialien/mat73_print.pdf, S. 32 f (gesehen 15.3.2020).

7 Siehe u. a. Mangold, Michael; Peter Weibel; Julia Woletz: Das Museum als Bildungsinstitution und Teil einer Medienkultur des 21. Jahrhunderts. In: Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen. Hrsg. Michael Mangold u. a. Baden-Baden: Nomos 2007, S. 13–20, hier S. 15. John, Hartmut: Hülle mit Fülle. Museumskultur für alle – 2.0. In: Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. Hrsg. Hartmut John; Anja Dauschek. Bielefeld: Transkript 2008, S. 15–64, bes. S. 25, 32–35. Piontek, Anja: Museum und Partizipation. Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote. Bielefeld: Transkript 2017, S. 22 f passim.



Abb. 2: Bauforscherspiel mit Veränderungen am „rekonstruierten“ Bau je nach Entscheidung des Spielers Foto: Bayerische Schlösserverwaltung, 2018

Selfie-Bedürfnis befriedigen und selbst Spuren hinterlassen, auch in schriftlichen Äußerungen über das Gesehene und Erlebte. Zugleich werden Sach-Informationen über reale hochrangige Gäste der Vergangenheit transportiert. Das Angebot wird extrem gern von allen möglichen Besuchergruppen angenommen. Ein Datenschutzproblem gibt es hier nicht, da die entsprechenden Daten nur jeweils sehr kurzfristig gespeichert, danach rasch automatisch wieder gelöscht werden und ein Verschicken auf Kanälen sozialer Netzwerke, wie ursprünglich hier und an anderen Stellen vorgesehen, aufgrund des schlechten Burg-WLANs nicht funktioniert.

In der Walhalla brachten wir dieses Jahr einen echten Selfiepoint an den sehr erfolgreichen Start unter dem doppelsinnigen Titel: „Große Köpfe in der Walhalla“. Gemeint sind jene Büsten, mit denen der Bauherr und Auftraggeber das Nationaldenkmal auf der Basis des Verständnisses als Kulturnation mit

Köpfen aus dem Kreis deutscher Musiker, Dichter etc. ausstatten ließ. Die Besucher können nicht nur ein Selfie von einer berühmten Sehenswürdigkeit aus in die Welt schicken, sondern sie nehmen automatisch eine inhaltliche Verknüpfung mit den Botschaften des Ortes selbst vor, indem sie sich in Beziehung zu bestimmten, auszuwählenden „Stars“ der deutschen Geschichte setzen, die für sie auch 2019 noch Vorbildcharakter haben. Besucher werden damit auch zu Sendern von inhaltlichen Botschaften,⁸ Teilhabe und Bildung findet so meist unterhalb der subjektiven Wahrnehmungsschwelle statt, quasi mühelos.

Nun mögen einige Beispiele demonstrieren, wie implizites Lernen⁹ mit Spiel und Vergnügen gekoppelt wurde, wo also der Homo ludens schon konzeptionell stark bedacht wurde: Zunächst ist an dieser Stelle ein inzwischen allgemein verbreitetes Format zu nennen, das bei ausreichendem Netz¹⁰ gut funktioniert: Die Cadolzheimer Vorburg-App, mit der transportiertes Sachwissen in den Schnitzeljagdmodus übersetzt wurde. Die Spiele-App folgt auch den Prinzipien des Digital Storytelling¹¹: Geschichte wird im Medium der Sprache und Bild-Erzählung konkretisiert und perspektiviert anhand einer ausgewählten Person. Vorstellbar wird dabei nicht nur manche historische Aufgabenverteilung und Verhaltenserwartung, sondern auch der ursprüngliche Bebauungszustand der Vorburg.

Anspruchsvoller bestückt ist das Cadolzheimer Bauforschenspiel, hier geht es nicht um ein schwarzweißes Richtig-Falsch um weiterzukommen, sondern nach dem Prinzip: jede deiner Entscheidungen innerhalb der Möglichkeiten führt zu bestimmten (visuellen oder gebauten) Konsequenzen (Abb. 2, S. 60). Auch zu den unterhaltsamen Lernspielen gehören das – streng physikalisch ausgerichtete – auf dem Wehrgang angesiedelte Ballistik-Spiel zu Erkennt-

8 in gewisser Weise also *user generated content*.

9 Mangold, Michael; Julia Woletz: Bildung, Wissen, Narrativität. Wissensvermittlung durch Digital Storytelling nicht nur für Museen. In: Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen. Hrsg. Michael Mangold u. a. Baden-Baden: Nomos 2007, S. 33–48, hier S. 35–37.

10 Auch in diesem Fall sei der ehrliche Hinweis auf eine Schwierigkeit der Umsetzung erwähnt: Vielerorts in deutschen Provinzen und so auch in Cadolzburg ist der Netzausbau noch nicht weit genug fortgeschritten, dass so ein Spiel jederzeit stabil läuft.

11 Siehe Krämper, Andrea: Storytelling für Museen. Herausforderungen und Chancen. Bielefeld: Transkript 2017, konkret am ehesten S. 58–78. Mangold, Michael; Julia Woletz: Bildung, Wissen, Narrativität. Wissensvermittlung durch Digital Storytelling nicht nur für Museen. In: Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen. Hrsg. Michael Mangold u. a. Baden-Baden: Nomos 2007, S. 33–48, hier S. 37 f.

nissen über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten, eine Burg im 15. Jahrhundert mit frühen Kanonen erfolgreich zu verteidigen¹² (Abb. 3, S. 63), oder ein Geschenkspiel, das nachvollziehen lässt, wie kompliziert es in Fürstentumskreisen war, das zum Rang und zum eigenem Geldbeutel Passende zu schenken.

Stärkerer Spielspaß kommt beim Thema Turnier in der Cadolzburg zum Tragen: Es gibt zum einen eine VR-Brille, die die Besucher sehr aufwendig in die überraschende, dramatische Situation eines hochadligen Massen- oder Kolbenturniers des 15. Jahrhunderts versetzt – wahlweise auf die Zuschauerbänke oder in der mitreitenden Rolle eines Turnierteilnehmers. Hier wird also die famose Immersion ermöglicht – freilich um den Preis der Exklusivität einzelner Besuchererlebnisse und der Gefahr zu stürzen, wenn keine entsprechenden Halte- oder Sitzmöglichkeiten vorgesehen sind. Für die Besucher scheint aber weitaus attraktiver eine mediale Spielsituation, die auf die für derartige Turniere benötigte Reaktionsschnelligkeit Bezug nimmt und tatsächlich einfach auch Unterhaltung für Groß und Klein bietet. Das ist ein offenbar allen Burgbesuchern unvergessliches, gemeinschaftliches Erlebnis.

3. Aneignung und mediale Erzählung

Eine andere Facette des Medieneinsatzes sieht zum Beispiel Tablets, Handycameras und Social-Media-Plattformen als Mittel vor, jüngeren Besuchern zu ermöglichen, sich „schlossnahe Inhalte“ aktiv anzueignen und persönliche Sichtweisen dazu zu äußern. Dazu gehört etwa das unter anderem in Bayreuth etablierte Format von „Youpedia“ oder auch das Bamberger Projekt „Domberg goes YouTube“, bei dem sich Studierende des Faches Kunstgeschichte der dortigen Universität Räume und Objekte der Denkmäler auf dem Domberg (inklusive Neuer Residenz) in ihrer Diktion zu eigen gemacht und in die schnelle respektive kurz angebundene Sprache eines Youtube-Clips übersetzt haben.

¹² Bei der Tagung wurde die Frage gestellt, wie in diesem Fall mit den wenig harmlosen Facetten der mittelalterlichen Geschichte konkret umgegangen wird: Krieg gehörte damals in schrecklicher Weise zum Alltag, und dass Waffen ersonnen waren um zu treffen, wird bildlich in etwas abstrahierter, aber dennoch ehrlicher Form grafisch dargestellt.



Abb. 3: Ballistikspiel zur Erprobung spätmittelalterlicher Kanonen Foto: Uta Piereth, 2017

4. Objekte im Netz

Schließlich gibt es bei der Bayerischen Schlösserverwaltung derzeit zwar nicht regelrechte digitale Sammlungspräsentationen im Netz, aber zumindest eine Beteiligung an Objektpräsentationen, die allgemein und jederzeit online greifbar sind, wie im Falle der Münchner Residenz im Online-Verbund Bavarikon. Hier werden Objekte auf eine Weise gezeigt, die auch die im musealen Kontext oft verborgenen Möglichkeiten und Funktionen darstellt.¹³

¹³ Siehe z. B. www.bavarikon.de/object/bav:BSV-VID-00000RESMUEM0022?lang=en (gesehen 16.3.2020). Jüngst wurden diese Präsentationen auch in die museale Situation der Residenz implementiert in Gestalt von kleinen Bildschirmen in den Prunkräumen, auf denen diese Aufnahmen abrufbar sind.

5. Überbrückte geografische Distanzen

Auch die Idee, Raumkunstwerke, die in einer engen Verbindung miteinander stehen, sich aber in großer geografischer Distanz befinden, in Verbindung zu bringen mit Hilfe der digitalen Welt, ist jüngst sinnstiftend umgesetzt worden zwischen Schloss Ehrenburg in Coburg und dem Kensington Palace mit einer wechselseitig aufeinander „hinweisenden“ Medienstation, die die fernliegenden Orte mit Rundum-Raumpanoramen und Erklärungen zeigt.

6. Mediale Impulse

Eine andere Art, über die räumlichen Grenzen des Museums hinauszugehen, sind mediale Impulse und Hilfsmittel, die im Außenraum aktivierend wirken: In Cadolzburg sind hier außer einem Geocaching-Angebot auch ein neu ausgeschilderter Radweg zu nennen, der die Burg mit anderen Hohenzollern-Orten der Region verbindet und alles bei Bedarf auch mit einer App narrativ zusammenfügt.

Viele Varianten digitaler Anwendung erlauben dem Besucher so, eine aktive, individuelle Beziehung zu Themen und Dingen des Museums aufzubauen und den historischen Abstand zu überbrücken oder zu reduzieren, eigene Impulse mitzunehmen oder gar zu äußern im Rahmen der musealen Gegebenheiten und darüber hinaus. Ferner gibt es natürlich auch direkte Social-Media-Aktivitäten wie zum Beispiel ein Socialwalk 2017, der immer noch – längst ohne unser Zutun – virale Kreise zieht, oder eine Aktion mit dem Kooperationspartner DB-Regio und Nürnberger Nahverkehr im Sommer 2019. Dabei sind jeweils auch andere Abteilungen unseres Hauses stark beteiligt.

7. Herausforderungen

Zum Schluss sollte neben den positiven Erfahrungen im Einsatz moderner Medien andererseits auch die Rede von den konkreten Herausforderungen sein. Kosten der Entwicklung und gegebenenfalls des Unterhalts, sofern netzwerkgebunden, sind nicht zu unterschätzen, die Vielfalt der Systeme und Schnelligkeit des Wandels ebenso wenig. Probleme gibt es außerdem allzu häufig mit Fragen der Wartung der Technik und ihrer Alterung (Ersatz von

Geräten, Software-Updates etc.), beim Diebstahlschutz, bei Absturz- und Brandschutzsicherungen – oder, was bereits erwähnt wurde, beispielsweise das Problem unzureichenden WLANs oder von Datenschutzrahmenbedingungen: Bei einem so hohen Medieneinsatz wie in Cadolzburg¹⁴ verlangt das entweder einen zuständigen, kompetenten Haustechniker oder feste, umfassende Wartungsverträge und finanzielle Ressourcen, auch bei der Hardware ständig am Ball zu bleiben, wenn Ersatz ansteht ... Außerdem müssen Kapazitäten frei sein, diese Medien auch von inhaltlicher Seite her bei der Entwicklung zu betreuen und zu befüttern. Im Falle responsiver digitaler Formen braucht man außerdem Kräfte für die Betreuung und den zuverlässigen Austausch mit den Usern. Dies alles ist im Rahmen der Tagung häufig und zu Recht betont worden.

In Raumkunstwerken wie Burgen und Schlössern besteht eine weitere Aufgabe darin: dass der Raumeindruck nicht gestört werden darf, sofern man stationäre Medien im musealen Kontext integrieren will.

Dies ist nur eine knappe Aufzählung der Klippen nur schon bei der Implementierung digitaler Vermittlungsinstrumente in den Schlössern und Museen selbst. Generell glaube ich persönlich, dass in den Museen die Mischung entscheidend ist, ob sie mit ihren Inhalten die Besucher erreichen: aus originalen Potentialen, unterschiedlichen Vermittlungsmethoden und analogen wie digitalen Medien. Auf jeden Fall ist es eine rasante Herausforderung auch für die Bayerische Schlösserverwaltung, den digitalen Weg insgesamt bei unseren gegenwärtigen und zukünftigen musealen Bemühungen im Bereich der Besucherorientierung und Vermittlung weiter zu wagen und zu begehen.

14 72 Medienstationen sowie der Multimediaguide.