



Baden-Württemberg



MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Anlage zur PRESSEMITTEILUNG

3. Dezember 2020

Nr. 153/2020

„Digitale Wege ins Museum“ Förderprojekte 2017-2020

Badisches Landesmuseum

(Digitale Wege ins Museum 1 und 2)

Creative Collections

Das Badische Landesmuseum verfolgt mit seinem neuen Museumskonzept und Creative Collections die Neuausrichtung seiner Sammlungsausstellungen und die Neubestimmung des Verhältnisses zum Publikum: Besucherinnen und Besucher werden zu Nutzerinnen und Nutzern. Um sie an der Entwicklung neuer digitaler Vermittlungskonzepte zu beteiligen, sind im Projekt ein Bürgerbeirat und neue Formate wie MuseumCamps eingeführt worden; in der Weiterführung dieser Prozesse wurde 2019 das "museum x" als offener und frei nutzbarer Dialograum eingerichtet, um die Verschränkung von Digitalität und Partizipation weiter voranzutreiben, und es wurde ein Hackathon zur Weiterentwicklung der Konzeptideen durchgeführt. Im "museum x" wurde ein Pepper-Roboter installiert, für den mehrere Interaktionsformate in der Entwicklung sind. Zudem laufen mehrere Konzeptumsetzungen, um neue Zugänge zur digitalen Sammlung und Möglichkeiten zur selbstbestimmten Auseinandersetzung mit den musealen Inhalten zu schaffen. Einen Schwerpunkt der Arbeit bildet die Erschließung des Themenfeldes „Museen und Künstliche Intelligenz“.

Die Anwendungsprojekte:

museum x: Ein zentraler Baustein zur Weiterführung der Partizipation ist das im September 2019 eröffnete museum x. Das „x“ ist programmatisch gemeint: Es geht nicht um vorgegebene Antworten, sondern um die gemeinsame Frage, wie die Zukunft des Museums aussehen soll und was es mit dem x auf sich hat. Daher ist das museum x bewusst als offener Raum konzipiert, der auch für eigene Veranstaltungen der Bürgerinnen und Bürger genutzt werden kann. Damit schließt das museum x an die schon länger laufende Debatte über „dritte Orte“ an und war bis zum Beginn der Covid19-Pandemie ein Ort mit einer Vielzahl unterschiedlicher Veranstaltungsformate.

Pepper the Robot: Im museum x ist ein Konzept umgesetzt worden, das am Bedarf der Nutzerinnen und Nutzer nach „persönlichem“ Empfang ansetzt: Als künstlich intelligenter Info-Punkt begrüßt ein Pepper-Roboter die Besucherinnen und Besucher und informiert über das Badische Landesmuseum, das neue Museumskonzept und aktuelle Veranstaltungen. Ziel ist es, durch Schulungen und durch ein einfach zu bedienendes Backend die Weiternutzung sicherzustellen: Eine hausintern programmierte App, die unterhaltsame Geschichten aus dem Museum präsentiert und über deren Wahrheitsgehalt die Nutzerinnen und Nutzer selbst entscheiden, ist bereits ins öffentliche Testing gegangen; zudem wird vom Entwicklerstudio Cleverguides ein Backend umgesetzt, mit dem sich gemessen an der Stimmungslage der Nutzerinnen und Nutzer Führungen programmieren lassen.

Dein Geschenk: Die Web-App „Dein Geschenk“ setzt an den Bedarfen der Nutzerinnen und Nutzer an, sich untereinander zu vernetzen, sich auszutauschen und eigenen Content zu kreieren. Die Kernidee dabei ist, dass Nutzerinnen und Nutzer ihre Museumserfahrung zu einem Geschenk machen können, indem sie Objekte aus dem Museum auswählen, fotografieren und Sprachnachrichten dazu aufnehmen. Die App fasst diese Auswahl zu einem Geschenkpaket zusammen, das an Freundinnen und Freunde, Verwandte oder beliebig denkbare Adressaten verschickt werden kann. Bis Ende des Jahres wird die zweite Ausbaustufe veröffentlicht, welche öffentliche Geschenke ermöglicht und einen digitalen Geschenkeladen auf der Homepage des Landesmuseums umfasst.

Mein Objekt: Komplementär zum *usergenerated content* von „Dein Geschenk“ bietet die App „Mein Objekt“ einen inhaltlich-emotionalen Zugang, indem die musealen Objekte selbst zum Sprechen gebracht werden. In einer an Tinder angelehnten Mechanik können die Nutzerinnen und Nutzer Objekte nach den eigenen Interessen auswählen, einen Chat mit ihnen beginnen und sie im Museum treffen. Die Dialoge sind vollständig geskriptet, bieten die Möglichkeit zu einer Vielzahl an Tonalitäten und zur Erstellung einer individuellen Sammlung und können auch partizipativ gemeinsam mit den Nutzerinnen und Nutzer entwickelt werden.

Landesmuseum Württemberg

Digitale Wege ins Museum 1

„Virtuelle Zeitreise. Erlebe das Mittelalter am Beispiel des Lichtensterner Altars“

Seit Februar 2019 lässt das Landesmuseum Württemberg seine Besucherinnen und Besucher im Alten Schloss mittels Virtual-Reality ins Spätmittelalter eintauchen. Das Publikum erlebt eine mitreißende Geschichte rund um die Auftraggeberin und den Maler eines um 1465 gefertigten Altaraufsatzes. In der Schau-sammlung „**Legendäre MeisterWerke. Kulturgeschichte(n) aus Württemberg**“ stehen vier VR-Stationen (Oculus Go) mit dem 360°-Film „Heilige und Halunken. Eine VR-Reise ins Mittelalter“ bereit. Das Vermittlungsprojekt integriert innovative Ansätze des Storytellings und der Kontextualisierung von Museumsobjekten. Für Schulklassen wird ein medial erweitertes Führungsformat angeboten, das einen dokumentarischen 360°-Film mit dem Kennenlernen spätmittelalterlicher Originale verbindet.

Link zum Projekt: <https://www.landmuseum-stuttgart.de/ausstellungen/vr-reise-ins-mittelalter>

Digitale Wege ins Museum 2

Multimediaguide – Erlebe es auf Deine Art!

Die kostenfreie und mehrsprachige Museums-App funktioniert im Sinne eines digitalen Schweizer Taschenmessers: Sie unterstützt das Publikum als smarter Begleiter bei der räumlichen und inhaltlichen Orientierung durch die Sammlungen im Alten Schloss und bietet neue Möglichkeiten, die Kulturgeschichte des Landes auf „eigene Art“ zu erleben. Mit abwechslungsreichen Themen-Touren („Highlights“, „Love & Crime“, „Die Kelten“, Kinder etc.) und multimedialen Vertiefungsebenen (Bild, Ton, Video, 360°-Ansicht, Detailzoom, Selfie-Station, Quiz etc.) entsteht ein breites Angebot für unterschiedliche Zielgruppen, das die klassische Museumspräsentation erweitert. Der Mehrwert für die Besucherinnen und Besucher besteht in der Verbindung von digitalen Storytelling-Elementen zur anschaulichen und spannenden Inhaltsvermittlung mit einer intuitiven, digitalen Navigationshilfe durch das historische Gebäude. (Realisierung geplant bis Ende 2020)

Staatliche Kunsthalle Baden-Baden

Digitale Wege ins Museum 1

www.2minkunst.de

Im Digitalprojekt „2minkunst.de“ hat die Kunsthalle neue Wege erarbeitet, mit denen das Smartphone als Bilderrahmen des 21. Jahrhunderts eingesetzt werden kann, um Kunst fernab von Museen oder Galerien zu betrachten. 2minkunst.de

hat die kuratorischen und künstlerischen Inhalte der Ausstellung „Ausstellen des Ausstellens“ (2018) der Kunsthalle in elf verschiedene digitale Formate übersetzt. Die Nutzerinnen und Nutzer können über die Sensoren ihrer Smartphones Werke der Ausstellung in elf jeweils völlig unterschiedlichen Übersetzungen rezipieren und mit den Inhalten interagieren. 2minkunst.de dient dabei als Erweiterung der analogen Ausstellung und ermöglicht eine Auseinandersetzung mit deren Inhalten unabhängig von ihrer analogen Realisierung in den Räumlichkeiten der Kunsthalle. Das Projekt erhöht die Sichtbarkeit der kuratorischen Projekte der Kunsthalle auch über die Einwohnerinnen und Einwohner und Besucherinnen und Besucher Baden-Badens hinaus.

Link zum Projekt: www.2minkunst.de

Digitale Wege ins Museum 2

www.kunsthallerevisited.com

www.kunsthallerevisited.com ist die digitale Antwort auf die Frage, wie Kunst auf dem mobilen Endgerät erlebt werden kann. Es zeigt fünf ausgewählte, zum Teil legendäre Ausstellungen aus der reichen Geschichte der Kunsthalle. Diese wurden in ein digitales Format übersetzt und sind über Smartphone, Tablet oder Laptop interaktiv zu erleben. Alle Kapitel gehen vom individuellen Kunstwerk aus und sind ebenso unterschiedlich, wie die Arbeit der Künstlerinnen und Künstler selbst: In einer interaktiven Story wird der Aufbau der tonnenschweren Skulpturen von Richard Serra (1979) nachempfunden. Ein virtuelles 3D-Modell erweckt Dan Flavins Lichtinstallationen (1989) zum Leben. Ein Filmstill von Cindy Shermans Ausstellung aus dem Jahr 1997 kann durch Interaktion freigelegt werden. Tobias Rehbergers Café „Was du liebst, bringt dich auch zum Weinen (franchised)“ (2009-2011) ist in einer 360°-Ansicht wieder besuchbar. Eine Soundinstallation von Emeka Ogboh (2017) wird in einer virtuellen Klangreise erlebbar gemacht. Von den Räumlichkeiten der Kunsthalle sind die Episoden völlig losgelöst und explizit jederzeit und überall auf der Welt abrufbar.

www.kunsthallerevisited.com ist auf Deutsch und Englisch angelegt und für digital-affine kunstinteressierte Erwachsene konzipiert.

Link zum Projekt: www.kunsthallerevisited.com

TECHNOSEUM Landesmuseum für Technik und Arbeit

Digitale Wege ins Museum 1

„Mehr erfahren – Augmented Reality in der Dauerausstellung“

Das TECHNOSEUM Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim reichert seine Dauerausstellung mit digitalen Anwendungen sowie interaktiven und partizipativen Elementen an. Durch das Projekt „Mehr erfahren“ konnten als neue und vertiefte Inhaltsvermittlung im Ausstellungsbereich Mediengeschichte gezielt Augmented Reality-Anwendungen implementiert werden. Das Haus will damit

auch neue mediale Wege bei der Vermittlungsarbeit - vor allem im Hinblick auf die zentrale Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen (Digital Natives) - gehen. Damit sollen Wissen und Bildung weiterhin spielerisch, unterhaltsam und partizipativ, aber künftig - im Sinne von Edutainment - nicht mehr ausschließlich analog, sondern gezielt auch auf digitalen Wegen vermittelt werden. Den Besucherinnen und Besuchern werden über das persönliche Smartphone oder bereitgestellte Tablets orts- und kontextspezifische Informationen multimedial und barrierefrei angeboten.

Digitale Wege ins Museum 2

Enhanced Exhibition – Interaktives Lernen mit Multimedia

Das TECHNOSEUM hat sieben interaktive Erklärfilme mit jeweils einem interaktiven Spiel produziert. Die Filme und Spiele stehen in der Dauerausstellung des TECHNOSEUM im jeweils passenden thematischen Umfeld, können dort genutzt werden und sind zusätzlich online auf der Website als Ausstellungs-Teaser und zur inhaltlichen Nutzung beispielsweise für Schulen unter abrufbar.

Zielgruppe der Filme sind die 10- bis 12-Jährigen. Alle Filme erzählen mithilfe von historischen Figuren und dem kleinen Roboter Paula auf jugendgerechte Weise vom wirtschafts- und sozialgeschichtlichen Hintergrund komplexer Erfindungen und über Objekte oder Ereignisse in der Zeit der Industrialisierung. Die Figur Paula bietet eine zusätzliche Ebene der Kontextualisierung der Geschehnisse, hilft, diese besser einzuordnen, und bildet gleichzeitig ein auflockerndes und lustiges Element in den Filmen.

Die interaktiven Elemente und Spiele erweitern die Filme inhaltlich und bieten über das Prinzip der Gamification eine Vertiefung der jeweiligen Thematik. So kann man zum Beispiel selbst ausprobieren, wie der erste Blitzableiter zusammengebaut wird oder was man alles beachten muss, damit eine Eisenbahn in den Bahnhof einfahren kann.

Die zwischen eineinhalb und drei Minuten langen Filme sind auf Deutsch und Englisch, mit Untertiteln versehen und in Gebärdensprache übersetzt. Barrierearme Buttons ermöglichen ein einfaches Bedienen des Menüs. Inhaltlich konzipiert wurden die Filme und Spiele im TECHNOSEUM. Doch geprüft und kritisch hinterfragt wurden sie noch in der Entstehungsphase vom Schülerbeirat des TECHNOSEUM, dessen Anregungen und Sichtweisen in die Erstellung der Filme miteingeflossen sind.

Link zum Projekt: <https://www.technoseum.de/erklaerfilme/>

Staatliches Museum für Naturkunde Stuttgart

Digitale Wege ins Museum 1
„Naturportal-Südwest.de“

Das Staatliche Museum für Naturkunde Stuttgart konzipierte ein Online-Bestimmungsportal, das sowohl Bürgerinnen und Bürgern als auch ambitionierten Citizen-Scientists erlaubt, in der Natur oder in Haus und Garten entdeckte Pflanzen, Tiere und Versteinerungen zuverlässig zu bestimmen. Das Portal wird zusammen mit Fachleuten am Museum weiterentwickelt. Es erlaubt gleichzeitig einen Input von außen, so dass z.B. Beiträge und Fundmeldungen von Nutzern integriert und von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern des Museums ausgewertet werden können.

Durch Online-Kontakte zwischen Nutzern und Wissenschaftlern sowie durch persönliche Kommunikation wird ein neuer Personenkreis für das Museum erschlossen. Grundlage des Portals sind die Sammlungen des Naturkundemuseums, aus denen entsprechend der Fragestellungen gezielt Objekte digitalisiert und so der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Das Projekt beinhaltet auch die Installation zweier Bestimmungsstationen in den Ausstellungen am Löwentor sowie im Schloss Rosenstein, an denen Besucher mitgebrachte naturkundliche Objekte bestimmen lassen können.

Link zum Projekt: <https://naturportal-suedwest.de>

Digitale Wege ins Museum 2

NatureWorld – Gaming im Naturkundemuseum Stuttgart

(In Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien Stuttgart)

Mit „NatureWorld“ entwickeln das Staatliche Naturkundemuseum Stuttgart (SNMS) und die Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) verschiedene Serious Games, die das Museumserlebnis in den digitalen Raum hinein erweitern und zielgruppenspezifisch museale und naturwissenschaftliche Inhalte vermitteln. Die einzelnen Games bzw. gamifizierten Anwendungen sind durch transmediales Storytelling verknüpft und vermitteln in einzelnen Handlungssträngen Geschichten rund um „NatureWorld“. Die verschiedenen beispielbaren Plattformen ermöglichen über unterschiedliche Entrypoints Zugang in die Spielwelt. Abhängig vom Aufenthaltsort oder dem bevorzugten Spielerlebnis kann das Museum somit auf unterschiedlichen digitalen Wegen erkundet werden – von zu Hause, im Museum oder im umliegenden Park. Mit der Entwicklung der Spiele wurde im Sinne der Kooperationspartner ein iterativer forschungsbasierter Ansatz verfolgt, der die Evaluation einzelner Entwicklungsschritte beinhaltet und die Ergebnisse für zukünftige Projekte und Institutionen in Form eines Toolkits zugänglich, übertragbar und anwendbar macht.

Erläuterung der Spiele:

Abgetaucht – ein Lernspiel zum Thema Fische: In *Abgetaucht* können Spielerinnen und Spieler sich mit der Biologie von Fischen auseinandersetzen. Dabei gehen sie spielerisch drei grundlegenden Fragen nach: „Was macht einen Fisch

eigentlich zu einem Fisch?“, „Wie schwimmt ein Fisch?“ und „Wie sieht ein Fisch von innen aus?“

Tiersammel-App: Die Ausstellung, die die mit der „Tiersammel-App“ erkundet werden kann, thematisiert die Lebensräume der Erde von den Tropen über die Meere bis hin zu den Polen. In jedem Raum kann ein lebensraum-spezifisches Tier durch das Lösen verschiedener Rätsel erspielt werden. Die Rätsel stellen über Bilder, Fußspuren oder Fragen den direkten Bezug zu den Räumlichkeiten des Museums her und setzen somit die physische Anwesenheit und Auseinandersetzung mit den Exponaten der Ausstellung voraus. Alle Tiere werden als Jungtier erspielt und können durch das Spielen nun freigeschalteter unterschiedlicher Mini-Games (ein Labyrinth-Spiel, ein Fütterspiel, ein Plattformer) bis zum Elterntier weiterentwickelt werden.

Parkspiel: Die location-basierte Mobile Gaming-App lädt zur Erkundung der Tierwelt in „NatureWorld“ außerhalb des Museums (im Spiel die Forscherstation) ein. Mit der Hilfe von Kamera- und Mikrofonfallen können die Tiere in „NatureWorld“ dokumentiert werden. Das Parkspiel ist im Stuttgarter Rosensteinpark angesiedelt, in dem sich auch das Naturkundemuseum befindet. Geografisch stimmen der Rosensteinpark Park und die fiktive Welt „NatureWorld“ überein. Beim Durchstreifen des Parks finden die Spielerinnen und Spieler in Begleitung der Tüftlerin Mina an verschiedenen Stellen solche „Fallen“ und bekommen dadurch erste Hinweise auf heimische Tierarten – die mit etwas Glück auch alle real im Park beobachtet werden können. Durch die richtige Kombination unterschiedlicher (visueller und akustischer) Informationen kann die entsprechende Tierart im weiteren Spielverlauf bestimmt und abgespeichert werden. Nature World wird ab Herbst 2020 realisiert sein.

Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe

Digitale Wege ins Museum 1

App „Naturkundemuseum Karlsruhe“

Die App „Naturkundemuseum Karlsruhe“ ist eine Anwendung, die den Besucherinnen und Besuchern spannende Hintergrundinformation zu Ausstellungsobjekten, Augmented-Reality-Erlebnisse in den Ausstellungen und thematisch passende Spiele bietet. Im Zentrum der App stehen ausgewählte Highlight-Exponate, die neben einer Objektbeschreibung (Text und Audio) mit zusätzlichen Formaten wie Videos, Animationen oder Kuratoreninterviews angereichert sind. Die Highlight-Exponate können über unterschiedliche, den speziellen Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer angepasste Touren inklusive Wegeführung durch das Museum erkundet werden oder aber über eine Objektübersicht, einen Lageplan oder QR-Codes direkt am Highlight-Exponat aufgerufen werden. Spiele und

Augmented-Reality-Erlebnisse erweitern die Objekte um eine virtuelle Ebene. Allgemeine Informationen zum Museum runden das Angebot ab. Die App soll zukünftig im App-Store für die Betriebssysteme Android und iOS zur Verfügung stehen.

Digitale Wege ins Museum 2

Online-Wissensportal: WUNDERKAMMER – Naturkundemuseum Karlsruhe.

Mit seiner digitalen Strategie will das Naturkundemuseum Karlsruhe das Interesse von Jugendlichen und jungen Erwachsenen für naturkundliche Phänomene wecken. Deshalb möchte das Museum vor allem diese Gruppe mit einem neuen, attraktiv gestalteten, digitalen Wissensportal über assoziative und spielerische Zugänge ansprechen. Zentrales Element des Portals ist eine Online-Sammlung mit Objekten aus den Sammlungen und Ausstellungen, die visuell und narrativ ansprechend präsentiert werden. Querverbindungen zwischen den Objekten sowie überraschende Bezüge zu nicht-naturwissenschaftlichen Inhalten laden zu individuellen Erkundungsgängen ein. Daneben bündelt das Wissensportal die vielfältigen digitalen Angebote des Museums und führt alle Nutzerinnen und Nutzer – vom interessierten Laien bis zum Experten – zum passenden Angebot.

Haus der Geschichte Baden-Württemberg

Digitale Wege ins Museum 2

Interaktive Geschichtsplattform „InGe“ – Partizipative und responsive mobile Applikation

Das Haus der Geschichte Baden-Württemberg setzt eine digitale, interaktive Geschichtsplattform auf. Zentral für die mobile Applikation „Die interaktive Plattform für eure Geschichte“ - kurz „InGe“ - ist die Partizipation der Besucherinnen und Besucher auf unterschiedlichen Ebenen. Sie können kommentieren, diskutieren, teilen, einschätzen und raten. „InGe“ bietet multimediale Inhalte und Teilhabe vor, während und nach dem Ausstellungsbesuch. Sie verbindet die digitalen Medien des Hauses. Kernstück ist der mehrsprachige Digitalguide. Er vermittelt die Ausstellung multimedial und vertieft das Wissen zu einzelnen Objekten und Themen. Die Webapplikation kann ohne Download auf eigenen Smartphones und auf Leihgeräten abgerufen werden. Der Inhalt für die Geschichtsplattform wird mit zahlreichen Testgruppen und mehreren Testphasen erarbeitet.

Staatsgalerie Stuttgart

Digitale Wege ins Museum 2

Artification = Kunst + Gamification

(In Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien Stuttgart)

Es gibt es viele technische Ansätze in der digitalen Vermittlung, um gerade junge und nicht kunst-affine Zielgruppe spielerisch an die Kunst und Kunstgeschichte heranzuführen.

Gemeinsam mit der Hochschule der Medien für Experience und Game Design und mit dem Forschungszentrum Informatik für KI und neuronale Netze wurden Ideen entwickelt, von denen fünf weiterverfolgt wurden, um sie als Prototypen vertiefend weiter zu entwickeln und sie im Rahmen von User-Testings zu evaluieren. 2020 startete die Umsetzung von drei der fünf Projekte. In der Realisierung befinden sich die VR-Installation sowie der Art and Research Finder. Beide Projekte übersetzen Forschungswissen zur Sammlung auf eine spielerische, digitale Ebene: die VR-Installation lädt ein, interaktiv in die Rolle der Forscherin und des Forschers zur Provenienz einzusteigen und der Art and Research Finder bereitet wissenschaftliche Sammlungsdaten über KI und neuronale Netze als eine Art Wahl-O-Mat für die Besucherinnen und Besucher auf.

Linden-Museum Stuttgart

„Sammlung digital“

Digitale Objektdatenbank und virtuelle Präsentation zur Provenienzforschung

Die „Sammlung digital“ des Linden-Museums Stuttgart bietet seit 1. Dezember 2020 einen offenen virtuellen Zugang zu seinen Museumsbeständen. Sie präsentiert detaillierte Informationen, interessante Geschichten und Hintergründe zu Objekten und Kulturen aus aller Welt und macht Methoden und Ergebnisse der Provenienzforschung sichtbar. Die „Sammlung digital“ wird beständig wachsen. Zum Start werden rund 2000 Objekte aus kolonialem Kontext online präsentiert. Ziel ist es, perspektivisch den gesamten Sammlungsbestand zu digitalisieren und online verfügbar zu machen. „Sammlung digital“ bildet zudem die zentrale Basis für weitere digitale Anwendungen. Sie ermöglicht neue Formen der Kommunikation und Vermittlung, zum Beispiel in Form von Digitalguides, Blogs oder Multimedia-guides.

Die Einbeziehung der Nutzerinnen und Nutzer aus der Stuttgarter Stadtgesellschaft und die Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen ist dem Linden-Museum dabei genauso wichtig wie der ständige Dialog und Austausch mit Vertreterinnen und Vertreter der „Herkunftsgesellschaften“ auf Augenhöhe. Diese Präsentation flankiert und vertieft das von der Kulturstiftung des Bundes geförderte Projekt „Provenienz, Partizipation, Präsentation: Wege in die Zukunft des Linden-Museums Stuttgart“. Die neue digitale Objektdatenbank wird – zweisprachig deutsch und englisch – auch den Austausch mit Wissenschaftlerinnen, Wissenschaftlern und Interessierten der Herkunftsgesellschaften ermöglichen.

Link zum Projekt: <https://sammlung-digital.lindenmuseum.de/>

Staatliche Kunsthalle Karlsruhe

Digitale Wege 2

Art of – offen, anders, kreativ

Die mobile first Website www.moodfor.art eröffnet neue Perspektiven auf die Kunstwerke der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe, indem diese auf ungewöhnliche Weise präsentiert und von den Userinnen und User kreativ verwendet werden können:

- Die Rubrik *Art of Wasting Time* schlägt den User*innen passende Kunstwerke zur täglichen Stimmung, Persönlichkeit oder zu aktuellen Trends vor.
- Im Bereich *Art of Creating Stuff* können eigene Kunst-Collagen und individuell aus Kunstwerken gestaltete Produkte wie Motiv-Shirts kreiert werden.
- Einen Blick hinter die Kulissen der Kunsthalle Karlsruhe sowie kurzweilige und unterhaltsame Anekdoten und Fun Facts bietet der Chatbot im Bereich *Art of Chit Chatting*.

Art of richtet sich an eine nicht primär museumsaffine Zielgruppe zwischen 20 und 30 Jahren. Das Angebot ermöglicht neben einem kreativen Umgang mit Kunst auch die Möglichkeit eines niederschweligen Einstiegs für eine inhaltliche Beschäftigung mit den Werken aus der Sammlung der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe.

Link zum Projekt: www.moodfor.art

ZKM Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe

Digitale Wege 1

SEDA Sensual Experience of Digital Archives

Im Rahmen von SEDA sollen die digitalen Archivinhalte von mediaartbase.de, dem größten Archiv für Medienkunst, sensuell erfahrbar gemacht werden. Die Besucherinnen und Besucher des ZKM erleben mittels akustischer, visueller und taktiler Reize eine neuartige Form des „immersiven Browsens“ (Browsen mit „Eintaucheffekt“), wodurch die digitalen Archivbestände auf vollständig neuartige Weise mit verschiedenen Sinnen erschlossen und erforscht werden können. Diese Erschließung erfolgt in Form einer multisensorischen, immersiven Installation, die mit den aktuellsten Technologien, z.B. mit Virtual Reality- bzw. Augmented Reality-Brillen, binauraler Audiotechnologie und sogenannten Force-Feedback-Geräten arbeitet. Das Medienkunstarchiv mediaartbase.de wurde 2008 vom ZKM zusammen mit verschiedenen Partnern entwickelt. Es umfasst

neben Dokumentations- und Aufführungsmaterial zu den musikalischen und audiovisuellen Produktionen des ZKM auch die Werke des IDEAMA (The International Digital Electroacoustic Music Archive).

Digitale Wege ins Museum 2

As We May Speak. Kulturelle Wissensvermittlung durch Chatbots

Das ZKM hat ein Conversational User Interface (CUI) in Form eines Chatbots entwickelt, mit dem Ziel, den Zugang zu Informationen einfacher und ansprechender zu gestalten und um langfristig mehr über die Fragen, Bedürfnisse und Wünsche der Besucherinnen und Besucher des ZKM und der Website zu erfahren. Der Chatbot macht es möglich, sich in Form einer textlichen oder gesprochenen Konversation über das ZKM zu informieren. In der ersten Entwicklungsstufe, die hier realisiert wurde, ist es möglich, mit Hilfe des Chatbots beispielsweise den Besuch einer Ausstellung, Veranstaltung oder eines Workshops vorzubereiten, sich über Künstlerinnen und Künstler, sowie Werke der Sammlung und Publikationen zu informieren. Darüber hinaus wird eine Führung durch die aktuelle Sammlungsausstellung *Writing the History of the Future* angeboten, die neben Text auch zahlreiche visuelle Inhalte anbietet sowie speziell dafür entwickelte Anwendungen auf Instagram.

Besonders im Hinblick auf häufig gestellte Service-Fragen war es das Ziel, diese Fragen rund um die Uhr zuverlässig beantworten zu können. Das ZKM geht davon aus, dass konversationelle Interfaces viele Aufgaben von Websites langfristig übernehmen werden. Mit der ersten Entwicklungsstufe des Chatbots ist die Grundlage gelegt, langfristig alle Informationen der Website und der angeschlossenen Datenbanken für automatisierte Antworten zu erschließen.

Das Konzept der Führung unterscheidet sich derzeit noch von der allgemeinen Funktion des Chatbots. Der Chatbot wurde für eine Freitext-Eingabe konzipiert; für die Führungen wurde jedoch ein Gesprächsmodus angewandt, das den Nutzerinnen und Nutzern in der Mehrheit der Fälle vorformulierte Optionen anbietet. Angesichts des aktuellen Stands der Technik können bei Führungen derzeit auf diese Weise sinnvolle Gespräche geführt werden, die ein weites Themenfeld – von computergenerierter Lyrik bis zur globalen Erwärmung – abdecken. Langfristiges Ziel ist es, eine freie Konversation zu ausgewählten Werken der Sammlung zu ermöglichen.

Der Chatbot kann in drei unterschiedlichen Formaten genutzt werden: auf Smartphones, auf der Website des ZKM und über sogenannte "Chatbot-Units" im öffentlichen Raum des ZKM. Während bei den Bildschirmwendungen mehrheitlich die schriftliche Eingabe genutzt wird, werden die Chatbot-Units auf die Möglichkeit der Spracherkennung zurückgreifen.

Archäologisches Landesmuseum Baden-Württemberg

Digitale Wege 2

Digitale Objektdatenbank des Limesmuseums Aalen

Es entsteht eine interaktive Objektdatenbank zu der im Mai 2019 neu eröffneten Dauerausstellung im Limesmuseum Aalen, Zweigmuseum des Archäologischen Landesmuseums Baden-Württemberg (ALM). Sie erschließt exemplarisch anhand der rund 1.200 ausgestellten Objekte einen Teil der umfangreichen Sammlungsbestände des ALM. Zugleich eröffnet sie den Zugang zu den bedeutendsten römischen Funden des UNESCO-Welterbes Limes in Baden-Württemberg. Die Datenbank soll dabei auch als Muster für die weitere digitale Erschließung der Sammlungen des ALM dienen. Sie bietet einen niederschweligen, virtuellen und partizipativen Zugang zu den im Limesmuseum ausgestellten Objekten. Sie ermöglicht Recherchen, die Zusammenstellung eigener virtueller Rundgänge bzw. Ausstellungen zu bestimmten Themen sowie die Interaktion zwischen Besuchern und Museum. Verknüpfungen mit den digitalen Vermittlungsangeboten in der Dauerausstellung und Anregungen für den didaktischen Einsatz mit Schülern erweitern das Nutzerportfolio auf spielerische und informative Art und Weise. Im Sinne eines qualifizierten und strukturierten Audience Developments sollen neue Publikumsschichten, insbesondere aus der Gruppe der sogenannten Digital Natives angesprochen werden. Das Projekt wird voraussichtlich Ende 2021 realisiert sein.

Weitere Infos & Projekterfahrungen zu „Digitale Wege ins Museum“

Das Förderprogramm „Digitale Wege ins Museum 2“ mit den geförderten Projekten werden sowohl auf der [Seite des Ministeriums](#) als auch auf der [Seite der MFG](#) vorgestellt. Auf der MFG-Seite finden Sie unter [„die Projekte“](#) auch eine sehr gute Beschreibung der Projekte und der Erfahrungen, die die Häuser im Laufe des Prozesses gemacht haben. Außerdem gibt es eine eigene Seite mit den Lehren, die alle Beteiligten aus diesem digitalen Entwicklungsprozess ziehen – „lessons learned“.