



DENKNETZ

Museen vernetzt denken

Inspirationsquelle für eine gezielte Besucherorientierung und -bindung durch den Einsatz digitaler Elemente in (Heimat)Museen.

01 Analyse Grundlagen

Partizipationsmöglichkeiten **02**

03 Beispiele aus der Praxis

Mit freundlicher Unterstützung von:



LINZ AG

www.linzag.at | Immer bestens betreut.



Vorwort

**Aus dem ursprünglichen Gedanken,
Wissen über altes Handwerk zu digitalisieren und zu archivieren,
wurde eine neue Idee geboren und wie folgt umgesetzt:**

In Zusammenarbeit mit dem [Oberösterreichischen Museumsverband](#) und Christopher Lindinger vom [Futurelab des Ars Electronica Centers](#) haben wir ein 24-seitiges Denknetz bzw. **Inspirationsquelle** für Museen erarbeitet. Dieses Denknetz richtet sich nicht nur an Museumspersonal, sondern zugleich an alle Stakeholder (Gemeinde, Vereine, ehrenamtliche MitarbeiterInnen, etc.), die durch neue Denkanstöße und Beispielen aus der Praxis, innovative Ideen und digitale bzw. webbasierte Elemente in die Museumsstrukturen bringen wollen und können. Dabei wollen wir mit dem Schwerpunkt auf Partizipation, Teilhabe und Miteinbeziehung der BesucherInnen, im Denknetz aufzeigen, welche Potentiale dieser Ansatz für kulturelle Institutionen mit sich bringt.

In Anlehnung an den Oberösterreichischen Museumsverband werden zu Beginn wichtige Grundlagen der Museumsarbeit, unter anderem die Entwicklung einer Mission bzw. einer Museumsstrategie sowie die dazu notwendige Inventarisierung, aufgezeigt und erläutert.

Unsere Anleitung für das Denknetz...

Wir empfehlen, dass Sie sich in das Thema **Partizipation**, die angeführten **Partizipationsmöglichkeiten** und die **interaktiven bzw. digitalen Beispiele** erst nach der Auseinandersetzung mit den "Grundlagen" vertiefen. Je nach gewünschter Intensität der Einbindung der BesucherInnen stehen unterschiedliche Ansätze zur Verfügung - [MITwirken](#), [KOOPERATIV arbeiten](#), [GEMEINSAM gestalten](#) und [RAUM geben](#) - mehr dazu finden Sie auf den folgenden Seiten. Gleichzeitig werden auch interaktive Beispiele aus heimischen und internationalen Museen aufgezeigt.

Die Inhalte des Denknetzes stehen frei zur Verfügung und können als Gedankenanstoß für eigene Umsetzungen im Museum genutzt werden. Bei Bedarf kann das Denknetz jederzeit erweitert und ergänzt werden.

Wir hoffen damit neue Ideen hervorrufen zu können und einen Anstoß für die Einarbeitung von partizipativen, interaktiven und digitalen Elementen im Museum zu präsentieren, um das kulturelle Erbe der Museen auch nachfolgende Generationen mitgeben zu können.

Projektteam "Hacking Traditions"





Copyright Informationen:

HerausgeberIn bzw. UrheberIn dieses Leitfadens ist das **Projektteam Hacking Traditions** bestehend aus:

Melanie Hofer, BA
Barbara Wagner, BA
Tanja Mayer, BA
Bianca Danhofer, BSc
Claudia Scheba, BA
Corina Schilling, BA
Georg Payreder, BA

Der Leitfaden steht, sofern nicht explizit angeführt, unter der **Creative Commons Namensnennung-Nicht Kommerziell 3.0 Österreich Lizenz**. Dies bedeutet, dass der Leitfaden verbreitet, verändert oder darauf aufgebaut werden kann. Die Weiterverwendung des Werkes darf nur mit Nennung des Namens des Urhebers dieses Werkes erfolgen und zu **nicht-kommerziellen Zwecken**. Um eine Zusammenfassung dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/at/>.

Teile aus dem Leitfaden wurden auch aus dem Buch „**The Participatory Museum**“ von Frau Simon Nina verwendet bzw. in einem erweiterten Kontext gestellt. Der Originalinhalt des Buches ist online verfügbar unter: <http://www.participatorymuseum.org/read/>
Die Inhalte des Buches wurden von Frau Simon unter eine Creative Commons Namensnennung-Nicht-Kommerziell 3.0 Lizenz gestellt.

Nähere Informationen dazu finden Sie unter: <http://www.participatorymuseum.org/copyright-information/>

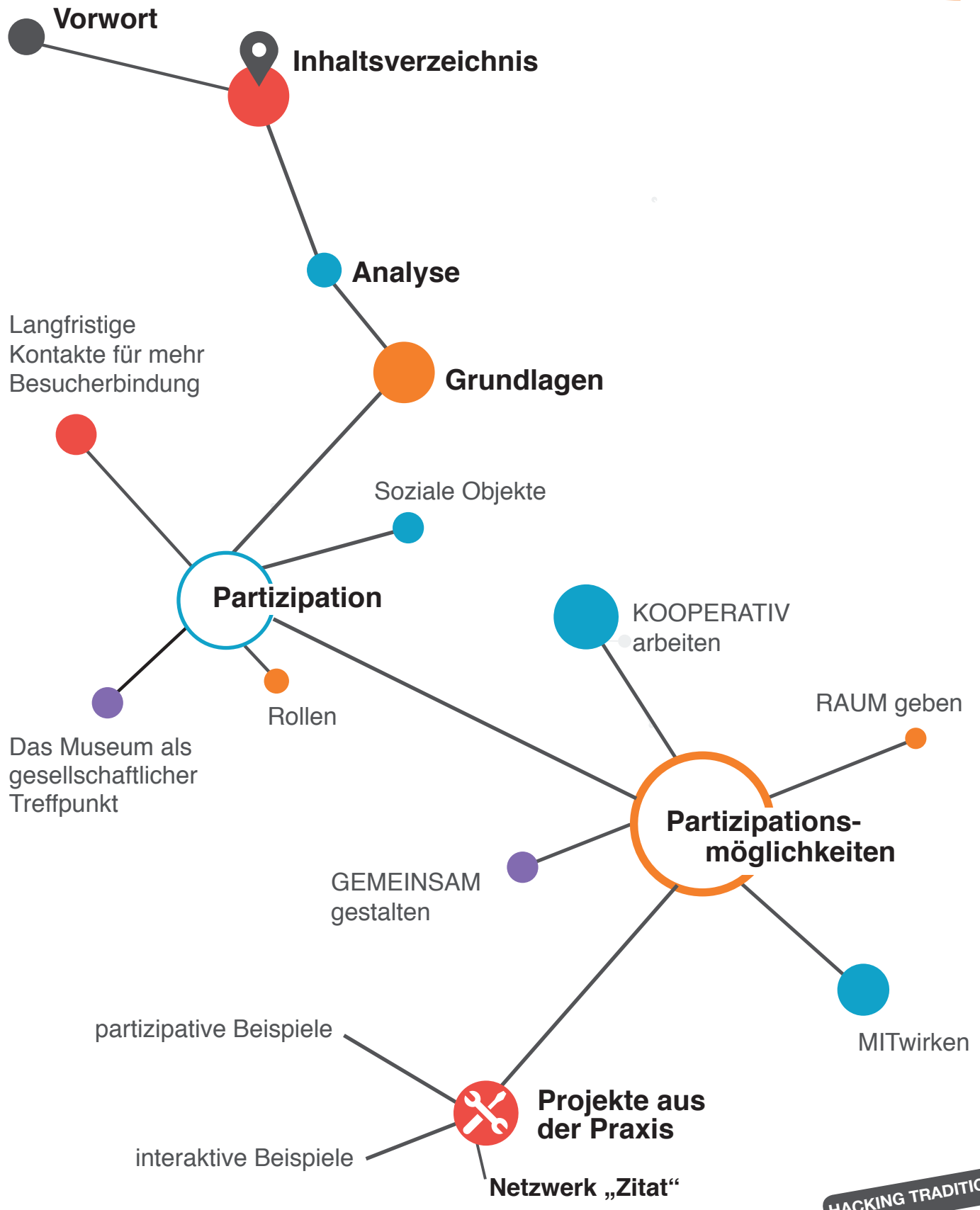
Inhalte des Leitfadens, die nicht unter die Creative Commons Lizenz fallen (ua. das Titelbild des Leitfadens, Grafiken und Fotos) wurden gesondert gekennzeichnet und ausgewiesen, um Sie als NutzerIn des Denknetzes zu informieren.

Design & Layout: Tanja Mayer



DENKNETZ

Museen vernetzt denken



Analyse

01 Analyse Grundlagen

” Um Museen erfolgreich und zielgerichtet zu betreiben, muss man sich mit diesen gewissen Themen auseinandersetzen. Das zentrale Dokument ist das Museumskonzept und dessen Inhalte. Nachfolgend gibt es zu jedem Begriff einen Link, der auf die Website des Oberösterreichischen Museumsverbandes, für weiterführende Informationen verweist.

Museumskonzept

Sammeln, Bewahren, Forschen/Dokumentieren und Ausstellen sowie weitere Aufgaben, denen ein Museum nachkommen soll, werden in einem [Museumskonzept/Museumsstandards](#) dokumentiert. Dies dient der Definition von Zielen, der Erkennung von Aufgaben und der Planung der Umsetzung. Es werden darin außerdem die Finanzen, das Leitbild des Museums, das Museumsmanagement und das Personalmanagement behandelt.

• Sammeln:

Jedes Museum hat eine eigene Sammelstrategie. Nicht nur die Objekte zu sammeln, sondern diese auch digital zu erfassen, sprich eine [Inventarisierung](#) vorzunehmen ist essentiell, um nachhaltig für die nächsten Generationen zu arbeiten. Eine Tabelle ist für das Dokumentieren der Museumsobjekte eine der einfachsten Lösungen. Festzuhalten ist die Inventarnummer, die Objektbezeichnung, die Datierung, die Herkunftsangaben (VorbesitzerInnen), das Material, die Technik, die Beschreibung (besondere Merkmale) und ein Foto.

Museumskollektor MUKO

Eine potentielle [Datenbank zur Digitalisierung der Museumsstücke](#) stellt der Oberösterreichische Museumsverband mit dem Museumskollektor (MUKO) zur Verfügung.

Inventarnummer

Jedes Objekt braucht eine eindeutige, nicht zu komplizierte Nummer die dieses eindeutig definiert. Wichtig zu beachten ist, dass diese am Objekt selbst anzu-bringen ist. Wie die Nummer angebracht wird, ist unter folgendem [Link](#) genauer beschrieben.

Inventarnummer	Bezeichnung (Objekt)	andere Inventarnummer	Maße in cm				Hersteller (nicht Künstler)
			Länge (Höhe)	Breite	Tiefe	Durchmesser (nur in 3D Maske)	
max. 40 Zeichen	max. 255 Zeichen	max. 40 Zeichen	max. je 20 Zeichen				max. 100 Zeichen

Quelle: Museumsverband, beispielhafte Excel-Tabelle für MUKO

• Bewahren

Museen haben einerseits die Aufgabe ihre Objekte der Vergangenheit so zu lagern, dass sie erhalten bleiben und andererseits Maßnahmen zu treffen, um Restaurierungsarbeiten zu minimieren.

Sicherheit

Wesentlicher Punkt der Museumsarbeit ist es, die [Sicherheit](#) der Einrichtung zu evaluieren und gegebenenfalls geeignete Maßnahmen zu ergreifen.

Restaurieren, Konservieren

Eine [ordnungsgemäße Lagerung](#) der Ausstellungsstücke garantiert einen längeren Erhalt. Es ist somit wichtig, ein für das Material geeignetes Klima im Museum zu schaffen.

• Forschen / Dokumentieren

Die Auseinandersetzung mit den Sammlungsbeständen und eine objektorientierte Forschung ist ein Teil der Museumsarbeit.

• Ausstellen

Jedes Museum sollte seine Themen und Objekte besuchergerecht aufbereiten und darstellen. Die Inhalte müssen nachvollziehbar gegliedert und somit ansprechend präsentiert werden. Folgende Linksammlung bietet Ideen rund um die Gestaltung des Museums, Ausstellungen und weiteren Angeboten wie Workshops oder Veranstaltungen.

Museumsethik

Vom internationalen Museumsrat (ICOM) wurden [Grundlagen und Richtlinien](#) für Museen formuliert.

Museumsgütesiegel

Dieses [Siegel](#) ist ein öffentlicher Nachweis, dass das Museum kulturelles Erbe bewahrt, dies qualitativ präsentiert und gewisse Services anbietet.

Linksammlung:

- Das Museum als Marke
- Besucherorientierung
- Museum um-bauen
- Personale Kulturvermittlung
- Heimat-Museen neu denken
- Partizipative Projekte
- Barrierefreiheit

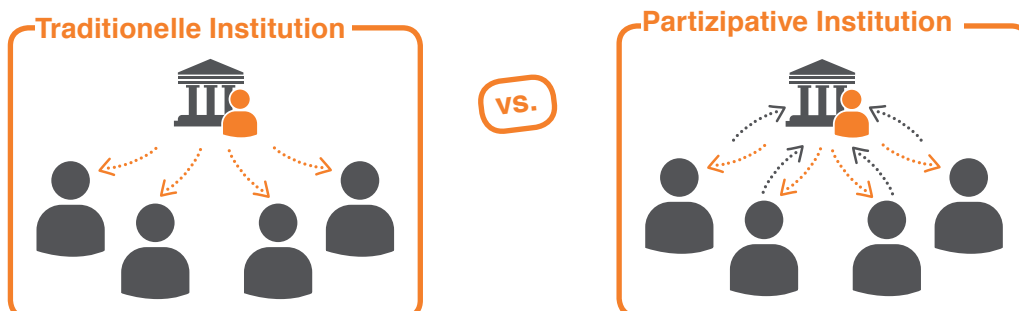


„ Partizipation verwandelt ein Museum in einen Ort des Erlebens und Lernens!

Grundlagen

Ein Museum wird oftmals als Ort des Vergangenen angesehen, wo Wissen über das kulturelle Erbe unserer Gesellschaft hauptsächlich passiv konsumiert werden kann. Gerade jüngere Generationen sind geprägt von den partizipativen und gestalterischen Möglichkeiten des Web 2.0. Sie widmen sich deshalb anderen Quellen, um sich zu unterhalten, zu lernen oder sich über Themen auszutauschen. BesucherInnen wollen jedoch zunehmend auch in kulturellen Institutionen aktiv werden. Es gilt diesem Trend Beachtung zu schenken und darauf zu reagieren. Kulturelle Institutionen sind aufgefordert, Inhalte neu aufzubereiten und BesucherInnen einzuladen, altes Wissen aktiv erleben und erfahren zu können. Solche partizipativen Elemente können eine Brücke zur Gegenwart schlagen und so Inhalte für BesucherInnen interessanter und leichter begreifbar machen. Zudem stärkt diese aktive Teilhabe der BesucherInnen am Ausstellungsprozess die Verbundenheit zur Institution und erhöht mitunter die Besucherreichweite.

Im Gegensatz zu einer traditionellen Institution steht ein partizipativ-geprägtes Museum in einem multi-direktionalen Austausch mit außenstehenden Personen. Nicht nur die BesucherInnen erfahren einen Mehrwert durch eine aktive Teilhabe, sondern auch das Museum selbst kann von den Erzählungen und Erfahrungen profitieren.



Grafik: Tanja Mayer (unterliegt nicht der Creative Commons Lizenz)



„die Zukunft von kulturellen Institutionen liegt in der Interaktion:
Lade BesucherInnen ein sich am Museumsleben zu beteiligen –
lasse es ihr Museum werden.“

...the future of cultural institutions lies in interaction [...] by inviting visitors to become involved in the life of the museum – their museum.

Jakub Nowakowski

Partizipation

Mit dem Einsatz von partizipativen Elementen in Museen entsteht ein einzigartiges Archiv bisher verborgener Erinnerungen und Erzählungen, welches das Kernstück jeden Museums liefert:

Die Archivierung von Wissen.

Indem die BesucherInnen eingeladen werden aktiv an der Kultur mitzuwirken, kann eine direkte Verbindung zu kulturellen Institutionen aufgebaut werden. Den BesucherInnen ist neben einem breiten Spektrum an Informationen und kulturellen Perspektiven auch wichtig, aktiv darauf reagieren zu können und dabei ernst genommen zu werden. Das **soziale Web** ermöglicht viele neue Möglichkeiten BesucherInnen zu integrieren und teilnehmen zu lassen. Institutionen können somit zu Plätzen für kulturelles und gemeinschaftliches Leben avancieren.

Was ist ein partizipatives Museum?

Eine partizipative kulturelle Institution ist ein Ort, an dem BesucherInnen gemeinsam Inhalte kreieren, teilen und sich dadurch verbinden können. Das heißt, dass BesucherInnen während ihres Besuches mit den Informationen des Museums eigene Ideen kreieren, diese mit anderen BesucherInnen **teilen** oder mit dem Museumspersonal **diskutieren** und sich **austauschen**, um somit **neues Wissen** entstehen zu lassen.

Ein partizipatives Museum ist ein Ort, wo Erzählungen, Erinnerungen, Meinungen und Beiträge von Nicht-ExpertInnen Platz finden und wertgeschätzt werden.

Nutzen: Durch den Einsatz von partizipativen Strategien können Mission und Kernwerte der Museen verbessert und gestärkt werden:

Museen werden interessanter durch aktive Einbindung der Ideen, Geschichten und kreativen Arbeit von BesucherInnen. BesucherInnen können sich dadurch mit der Institution identifizieren.

Museen laden zum (erneuten) Besuch ein indem Plattformen entwickelt werden, auf denen die BesucherInnen ihre Ideen teilen können und sich in Echtzeit miteinander verbinden können. Dadurch können Museen Erlebnisse schaffen, die BesucherInnen an die Institution nachhaltig binden.

Museen wirken und werden besucherorientiert indem viele Geschichten und Stimmen der BesucherInnen präsentiert werden, somit können Museen helfen ihre eigenen Sichtweisen im Kontext verschiedener Besucherperspektiven zu verstehen und zu präsentieren.

Museen unterstützen die Kreativität der BesucherInnen, da diese eingeladen werden sich selbst zum Ausdruck zu bringen und etwas zu den Ausstellungsinhalten beizusteuern. BesucherInnen werden somit ein Teil des großen Ganzen.

Museen ermöglichen den Austausch indem explizit Möglichkeiten für einen interpersonellen Dialog geschaffen werden.

BesucherInnen und Rollen

BesucherInnen nehmen bei einem Museumsbesuch verschiedene Rollen ein. Nicht jeder will gleichermaßen aktiv werden. Bei der Gestaltung von partizipativen Projekten gilt es daher diese **ungleichmäßige Teilhabe** seitens der BesucherInnen zu berücksichtigen, um für alle AkteurInnen ein bedeutsames und interessantes Resultat zu erzielen.

Grundsätzlich können die MuseumsbesucherInnen in **vier Gruppen** geteilt werden. Zum einen Personen, die sich **aktiv einbringen** wollen und auch bereit sind Inhalte zu kreieren, mit anderen zu teilen und somit zu ProduzentInnen im Museum zu werden. Wiederum andere Personen bevorzugen bereits erstellte Inhalte zu kommentieren und zu bewerten, sie agieren somit als **KritikerInnen bzw. KuratorInnen** von produzierten Inhalten anderer MuseumsbesucherInnen. Die Gruppe der **KollaborateurInnen** favorisiert das Weiterentwickeln von Inhalten, die zuvor von anderen erstellt worden sind. Inhalte können von Personen, die sich dieser Gruppe zugehörig fühlen, beispielsweise kategorisiert und neu zusammengesetzt werden. Die letzte Gruppe umfasst jene Personen, die sich als **KonsumentInnen** von Inhalten verstehen und somit nicht aktiv teilnehmen wollen.



Grafik: Tanja Mayer (unterliegt nicht der Creative Commons Lizenz)

Tipp

Für erfolgreiche partizipative Projekte sind Museen gefordert, nicht nur für ProduzentInnen, sondern auch den Aktivitäten der KritikerInnen und KollaborateurInnen genügend Raum zu schaffen. Damit können Museen einen Mehrwert, sowohl für sich selbst, als auch für aktive und passive BesucherInnen gleichermaßen schaffen.

Das Museum als gesellschaftlicher Treffpunkt

Orte des gesellschaftlichen Zusammentreffens sind geprägt von Freundlichkeit, Persönlichkeit und Nähe - Orte, wo man sich wohl fühlt. Auch Museen können dies mit einer gezielten BesucherInnenorientierung schaffen. Wichtig dabei ist es, die BesucherInnen als Individuum zu sehen und zu behandeln. Dies beginnt schon beim ersten Zusammentreffen. Mit einer freundlichen und individuellen Begrüßung fühlen sich die BesucherInnen willkommen und wertgeschätzt. Dies gibt dem Museumsbesuch einen Rahmen, indem sich BesucherInnen wohl fühlen und indem sie gerne partizipieren.

Partizipative Projekte verwandeln ein Museum in einen gesellschaftlichen Treffpunkt, wo BesucherInnen zudem einen **Ort des gemeinsamen Erlebens und Lernens** vorfinden, wo man Inhalte nicht nur passiv konsumiert, sondern diese gemeinsam mit anderen erfährt. Das Museum in einen gesellschaftlichen Treffpunkt umzugestalten erfordert die Motivation der BesucherInnen zu einer **Teilhabe im Museum** und die Unterstützung und Förderung der Verbindungen unter den BesucherInnen. Das Museumspersonal ist gefordert Leute basierend auf Museums- bzw. Ausstellungsinhalte miteinander zu vernetzen. BesucherInnen sollen dabei unterstützt und ermutigt werden miteinander in Kontakt zu treten, um so das BesucherInnenerlebnis für sich und nachfolgende MuseumsbesucherInnen auf ein neues Niveau zu heben. Der Bogen, von einem individuellen BesucherInnenerlebnis hin zu einer gemeinschaftlichen Erfahrung einer Ausstellung, umfasst im Wesentlichen **fünf Stufen**, die aufeinander aufbauen.

Um das Konzept zu veranschaulichen, stellen wir uns vor, an einer Führung in einem Museum teilzunehmen.

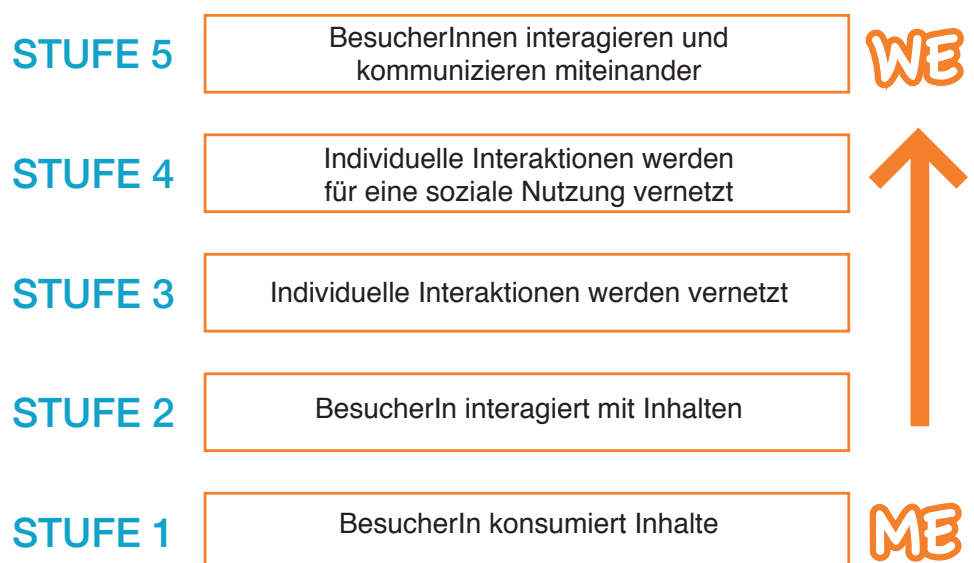
STUFE 1: BesucherInnen können Objekte begutachten und erhalten zusätzliche Informationen.

STUFE 4: Anschließend können die BesucherInnen aufgefordert werden, durch ihr gemeinsames Interesse, in Kleingruppen zusammenzufinden. Dies gibt den BesucherInnen die Möglichkeit sich rund um die von ihnen bevorzugten Objekte bzw. Themen auszutauschen.

STUFE 5: Das Museumspersonal hat in der letzten Stufe erreicht, dass die BesucherInnen neue Informationen spielerisch erschließen. Sie verhalten sich nun nicht nur wie ein Team, sondern erarbeiten zusammen Inhalte und beantworten sich gegenseitig Fragen.

STUFE 2: BesucherInnen können Objekte aktiv betrachten und anfassen. Sie können auch Fragen an das Museumspersonal stellen, um so mehr hinsichtlich ihrer Interessen zu den ausgestellten Ausstellungsstücken zu erfahren.

STUFE 3: Das Museumspersonal kann beispielsweise Fragen stellen: ("Welche Ausstellungsstücke bzw. welche Ausstellungsräume haben Sie am interessantesten empfunden?") und die unterschiedlichen Antworten in der Gruppe vergleichen.



Instrumente zum sozialen Austausch (Soziale Objekte)

Ausstellungsstücke sollen es schaffen, soziale Erfahrungen in den BesucherInnen hervorzurufen bzw. zu kreieren. Solche Gegenstände, die diese Kriterien erfüllen nennt man soziale Objekte. Soziale Objekte erleichtern den Austausch von Informationen oder Erfahrungen zwischen BesucherInnen und geben Raum für Diskussionen.

Gleich ob in der realen oder virtuellen Welt, soziale **Objekte** haben immer folgende Eigenschaften:

Persönlich

Das Objekt ruft eine persönliche Verbindung oder Geschichte hervor.

Aktiv

Durch Aktivität eines Objektes entsteht eine soziale Interaktion oder ein Zusammengehörigkeitsgefühl.

Provokativ

Objekte müssen in gewisser Weise provozieren, jedoch nicht zu sehr, ansonsten entsteht keine Diskussion oder Interaktion.

Relational

Objekte verlangen eine Interaktion/Tätigkeit der BesucherInnen.

Versucht man diese vier wichtigen Eigenschaften an einem Ausstellungsstückes einzusetzen, rückt dieses einen Schritt näher, ein soziales Objekt werden.

Besonders wichtig ist es, sich auf die sozialen Bedürfnisse und das Verhalten der BesucherInnen im Museum zu konzentrieren. Dafür sind folgende **vier Design-Techniken** zur Aktivierung von Ausstellungsstücken hin zu sozialen Objekten zu nennen:

4 Design-Techniken:

01 Stellen Sie BesucherInnen persönliche oder spekulative Fragen und veranlassen sie anschließend dazu, ihre Reaktionen über das Objekt zu teilen.

Stellen Sie Live-Demonstrationen oder Darstellungen bereit, um BesucherInnen zu helfen, eine persönliche Verbindung aufzubauen.

02

03 Stellen Sie Ausstellungsstücke anhand provokanter Präsentationstechniken dar, welche unterschiedliche Objekte nebeneinander, im Konflikt oder im Einklang aufzeigen.

Geben Sie den BesucherInnen in Form eines Spieles klare Anleitungen, wie sie mit dem Objekt umgehen können/sollen.

04

” Partizipative Projekte kombiniert mit Mit-Nach-Hause-Nehm-Aktivitäten bereiten BesucherInnen Spaß, geben die Gelegenheit ihren Besuch zu reflektieren und laden ein wieder zu kommen oder mit dem Museum über deren Website zu interagieren.

Gestalte die Geschichte und die BesucherInnen werden kommen!

Diese ausgewählten Beispiele zeigen, wie soziale Objekte im Museum integriert werden können:

E-Cards oder Lesezeichen nach Hause schicken:

Ein Foto von sich selbst zu erstellen und dieses mit individuellen Worten zu ergänzen ist eine identitätsbildende Erfahrung. Der E-Mail Versand der E-Card an die eigene E-Mail Adresse ist eine schöne Erinnerung an das Museum. Es hilft BesucherInnen über ihren Museumsbesuch nachdenken zu lassen, das Gelernte reflektieren zu lassen und führt dazu, dass eine längerfristige Speicherung der Erfahrungen im Museum gelingt.

Individuelle Postkarten:

BesucherInnen können Erfahrungen im Museum als eigene Postkarte an sich selbst verfassen. Diese werden vom Museumspersonal ein paar Tage später an die jeweilige Person geschickt. Die BesucherInnen reflektieren erneut über den Museumsbesuch. Zudem sind BesucherInnen eher gewillt physische Dinge, wie eine Postkarte, zu behalten - Postkarten werden so zu einem überraschenden und persönlichen Geschenk. Weiters bringt es das Museum ins reale Leben und erinnert die BesucherInnen daran, dass ihnen der Museumsbesuch gefallen hat und sie gerne wiederkommen.

Ein Spiel beenden:

Sich gemeinsam einer Aufgabe widmen, ein Spiel beenden, einen Turm zu bauen, etc. – bringt die BesucherInnen zusammen. Es bietet die ideale Möglichkeit, spielerisch mit anderen MuseumsbesucherInnen in Kontakt zu treten. Eine Fotoaufnahme des Erschaffenen kann mit (vorgegebenen) Anmerkungen wie: „Eine schöne Zeit als wir sehr gut zusammenarbeiteten!“ oder „Eine schöne Zeit als wir ein schwieriges Problem lösten!“ ergänzt werden.

Online Games: Online Games sind besonders dafür geeignet den Museumsbesuch nicht zu einem einmaligen Erlebnis werden zu lassen. Es ist entscheidend ein Spiel zu entwickeln, dass die Aufmerksamkeit weckt und die BesucherInnen erneut ins Museum bringt. Als Game-Player werden BesucherInnen zu aktiven TeilnehmerInnen der Geschichte des Museums.

Wettbewerbe: Diese können beispielsweise mithilfe einer Pinnwand umgesetzt werden. BesucherInnen können ihre Namen aufschreiben und bekommen pro Museumsbesuch einen Stern. „Ihre Treue wird belohnt, denn beim 10. Stern erhalten sie eine goldene Eintrittskarte.“ Diese Aktion fördert ein Gefühl von Gemeinschaft und involviert Leute. Es ist zudem ein freundlicher Wettbewerb, indem BesucherInnen motiviert werden mehr Sterne zu sammeln.

Partizipationsmöglichkeiten

Partizipations-
möglichkeiten

02

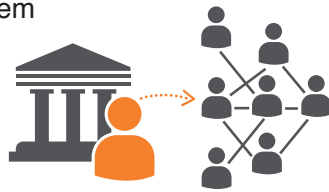
Alle partizipativen Projekte basieren auf drei Eigenschaften des Museums:

- 01 **Leidenschaft für den Input und die Beteiligung von Außenstehenden (BesucherInnen, lokale Communities)**
- 02 **Vertrauen in die Fähigkeiten der TeilnehmerInnen**
- 03 **Reaktionsfähigkeit auf Tätigkeiten und Beiträge der TeilnehmerInnen**

Es gibt nicht den einen richtigen Ansatz, um ein Museum partizipativer zu gestalten, jedes Museum muss auf Basis seiner Ziele, Mission und Ausstellungsstücke entscheiden, welchen Ansatz es verfolgen will. Folgende Modelle, basierend auf dem Ausmaß der Besucherorientierung, können gesamt oder teilweise übernommen werden.

01 MITwirken

Ideen, Tätigkeiten oder Objekte zu einem kontrolliertem Prozess beisteuern



02 KOOPERATIV arbeiten

Aktiver PartnerIn bei einem, vom Museum bestimmten Projekt werden



03 GEMEINSAM gestalten

Gemeinsam wird ein Projekt auf die Beine gestellt – von der Idee bis zum Abschluss



04 RAUM geben

Museum gibt Raum und Ressourcen frei damit Projekte entstehen können



Grafik: Tanja Mayer (unterliegt nicht der Creative Commons Lizenz)

Partizipation und Mission

Plant man ein partizipatives Projekt muss man sich im Vorfeld überlegen wie BesucherInnen bzw. außenstehende Gruppen im Museum partizipieren können. Dafür muss das Modell mit der Mission und den Zielen des Museums abgestimmt werden. Es ist wichtig, dass sich partizipative Projekte in der bestehenden Mission und den Zielen wiederfinden. Institutionen, die beispielsweise Bildung als Hauptziel definieren, können partizipative Techniken durchgeführt werden in denen BesucherInnen neue Fähigkeiten erlernen bzw. entwickeln.

Mehrwert von partizipativen Projekten

Partizipative Projekte schaffen einen Mehrwert für BesucherInnen, Museumspersonal bzw. das Museum selbst. Indem BesucherInnen lernen zu forschen oder ihre kreativen Fähigkeiten entfalten kann ein **Bildungswert** geschaffen werden. Dadurch, dass sich BesucherInnen durch die aktive Teilhabe stärker mit der kulturellen Einrichtung verbunden fühlen und überdies hinaus überzeugt sind, dem Museum mit ihren Fähigkeiten geholfen zu haben, lässt einen **Sozialwert** entstehen. Wenn BesucherInnen Arbeit einbringen, die dem Museum einen Nutzen stiften, wird ein **Arbeitswert** kreiert. Bei der Auswahl bzw. Konzeption eines partizipativen Projektes sollten die eben aufgezählten Werte immer im Kopf behalten werden, um ein relevantes und bedeutsames Besuchererlebnis schaffen zu können.

01 MITwirken

BesucherInnen unterstützen ein Museum, indem sie einen eigenen Beitrag zur Ausstellung oder einer Idee leisten - indem sie MITwirken. Projekte können dabei unterteilt werden in Projekte, in denen der Erfolg auf der aktiven Teilnahme der BesucherInnen beruht, in denen die Teilnahme der BesucherInnen das Projekt verbessert und in denen die Teilnahme am Projekt die BesucherInnen mit Fähigkeiten oder neuen Erfahrungen ausstattet.

TeilnehmerInnen eines Projektes sind meist sehr stolz, weil sie einen hohen persönlichen Beitrag zum Ziel oder dem Ergebnis eines Projektes geben konnten. Es steigert die Verbundenheit mit dem Museum, wenn eigene Beiträge im Museum vorhanden sind.

Projekte, die zum MITwirken auffordern, schaffen Möglichkeiten für BesucherInnen sich auszudrücken. Weiters zeigen sie klar auf, wie Besucherbeiträge dargestellt, verwendet oder archiviert werden.

Modellierung des gewünschten TeilnehmerInnenverhaltens

Um BesucherInnen zum MITwirken zu animieren, sollten klare Anleitungen gegeben bzw. die Erwartungen seitens des Museums kommuniziert werden. Der einfachste Weg TeilnehmerInnenrollen klar festzulegen ist durch „Vorzeigen“. Nicht jedes Beispiel regt auch zum Mitmachen an, so ist es wichtig auf Folgendes zu achten:

Vielfalt modellieren:

Je größer die Vielfalt an Beiträgen nach Inhalt, Stil und Besucherdemografie, desto eher fühlen sich BesucherInnen angesprochen auch etwas beizutragen.

Qualität modellieren:

Beiträge von BesucherInnen zeigen, die den Qualitätskriterien des Museums entsprechen. Werden Beiträge von DesignerInnen oder KuratorInnen erstellt, so sollen dieselben Materialien auch den BesucherInnen zur Verfügung gestellt werden.

Neues modellieren:

Der beste Weg BesucherInnen zu neuen und nicht gewohnten Aktivitäten zu motivieren, ist komplett neue Wege für Beiträge anzubieten.

Dynamische Partizipation modellieren:

Aktuelle Inhalte auf Plattformen signalisieren das Interesse an Beiträgen der BesucherInnen. Wenn Institutionen versprechen deren Beiträge zu veröffentlichen, dann wollen die BesucherInnen auch rasches Feedback wie und wann dies geschehen wird.

” Viele Projekte zeigen oft nur einen kleinen Prozentsatz der erhaltenen Besucherbeiträge. Daher ist es immer auch notwendig den ErstellerInnen der Beiträge klar darzustellen was passiert und wie es weiter geht, bevor die Beiträge veröffentlicht werden. Werden nicht alle Beiträge ausgewählt, so sollte dies auch mit einem kleinen Hinweis angemerkt werden.



Aus der Praxis:
Online gemeinsam Ausstellungen gestalten:



Die Ausstellung „World Beach Project“ des Victoria & Albert Museums in London (in Zusammenarbeit mit der Textilkünstlerin Sue Lawty) hatte zum Ziel, eine globale Karte aus Beiträgen von BesucherInnen zu erstellen, die aus Kunstwerken aus Steinen im Strand bestand. TeilnehmerInnen mussten dazu an einem Strand ihrer Wahl, ein Bild aus Steinen im Sand fotografieren, und dieses über das Internet an das Museum schicken. Gerade die einfache Möglichkeit der Teilnahme und der Leitgedanke, mit einem eigenen Foto an einem großen Ganzen mitzuwirken, machten das Projekt zum Erfolg. Das Projekt ging nach fünf Jahren Laufzeit 2012 schließlich zu Ende. Nähere Details und die Landkarte können aber nach wie vor unter <http://www.vam.ac.uk/content/articles/w/world-beach-project/> abgerufen werden.

Bild: Barbara Wagner, Beispiel für World Beach Project



Auch zu der **Fotoausstellung „Click!“ des Brooklyn Museums** wurden Interessierte aufgerufen, am Ausstellungsprozess teilzunehmen. Mit einem öffentlichen Aufruf, Fotos zum Thema „Changing Faces of Brooklyn“ inklusive eines kurzen Statements einzureichen, startete das Projekt. Auf der Website des Museums konnte danach für die individuellen Favoriten abgestimmt werden. Den Höhepunkt des Projektes bildete die Ausstellung, die sowohl im Museum selbst, als auch auf der [Website](#) zu besichtigen war.

Im Museum wurde die Größe der Fotografien relativ zu der Bewertung gewählt: Je beliebter ein Bild, desto größer wurde es abgebildet. Online hatten NutzerInnen die Möglichkeit Fotografien miteinander zu vergleichen, sich über Aufnahmen auszutauschen oder die Abstimmungsergebnisse zu diskutieren.

Die ProjektleiterInnen erreichten, dass die BewohnerInnen von Brooklyn sich mit ihrer Heimat auseinandersetzten, aktiv am Ausstellungsprozess teilnahmen und eine Verbundenheit mit dem Museum aufbauten.



Mit eigenen Beiträgen gemeinsames Bewusstsein schaffen

Das **United States Holocaust Memorial Museum** bietet im Zuge seiner Ausstellung „**From Memory to Action**“ eine „Wand der Versprechen“ und eine Anzeigetafel an. BesucherInnen können Reaktionen, Beiträge und Versprechen zum Thema „Völkermord – wie ich helfe dagegen anzukämpfen“ auf ein spezielles digitalisierbares Papier schreiben. Ein Teil dieses Papiers verbleibt im Museum und wird in Plexiglas-Schachteln eingeworfen. Den zweiten Teil können sich die BesucherInnen mit nach Hause nehmen. Beim Einwerfen in die Schachtel wird das Papier gescannt und die Beiträge der BesucherInnen werden auf einer digitalen Wand nebenbei projiziert. Der persönliche Beitrag der BesucherInnen und die Projektion aller Beiträge erzeugen einen wertvollen Beitrag für das Museum und kreieren eine Bindung zwischen BesucherInnen und Museum. Beiträge können auch auf der [Website des Museums für die „Wand des Versprechens“](#) eingeschickt werden.

02 KOOPERATIV arbeiten

KOOPERATIVE Projekte sind institutionsgesteuerte Partnerschaften, in denen das Museumspersonal mit einer Community (Gemeinschaft) zusammenarbeitet um neue Programme, Ausstellungen oder ähnliches zu entwickeln. Die TeilnehmerInnen der Community können aus unterschiedlichen Aspekten ausgewählt werden, beispielsweise aufgrund spezieller Fähigkeiten, Wissen oder kulturellen Hintergründen.

Kulturelle Institutionen können sich an kooperativen Projekten beteiligen, um sich mit ExpertInnen oder TeilnehmerInnen der Community zu beraten und die Genauigkeit von neuen Ausstellungen, Programmen oder Publikationen sicherzustellen. Es können zudem neue Programme gemeinsam mit zukünftigen NutzerInnen entwickelt und getestet werden. Pädagogische Möglichkeiten, bei denen die TeilnehmerInnen ihre eigenen Inhalte planen, erstellen und produzieren, können bereitgestellt werden. Zusätzlich kann den BesucherInnen das Gefühl der Partnerschaft und Teilhabe am Projekt des Museums vermittelt werden.

Indem das Museumspersonal klare Rollen an die TeilnehmerInnen kooperativer Projekte vergeben und klare Vorstellungen über die Ergebnisse und Vorteile der Zusammenarbeit haben, können TeilnehmerInnen dadurch oft eine längerfristige Beziehung zum Museum aufbauen und/oder erhalten Geld oder schulische Leistung gutgeschrieben für die Teilnahme.

Um den richtigen Weg zu finden, sind eine klare Zielvorgabe und das Verständnis für die Bedürfnisse und Fähigkeiten der TeilnehmerInnen notwendig.

KOOPERATIVE Projekte schaffen es, dass sich die BesucherInnen persönlicher angesprochen fühlen und Ausstellungen authentischer wirken. Familienmitglieder oder Freunde werden häufig dadurch zum Museumsbesuch motiviert. Die Mitwirkung von BesucherInnen im Museum führt sogar soweit, dass diese mehrmals das Museum besuchen, um ihre Ausarbeitung betrachten zu können.

Aus der Praxis: Sich untereinander austauschen



Die [Ausstellung](#) mit dem Namen „**Advice: Give It, Get It, Flip It, F**ck It**“ an der **Universität in Washington** hat das Ziel Fremde miteinander sprechen, sich austauschen und gute Ratschläge geben zu lassen. Die Möglichkeit Ratschläge zu suchen, war nur eine Woche möglich. Die BesucherInnen hatten die Gelegenheit sofort Antworten von anderen BesucherInnen oder dem Museumspersonal zu erhalten. Fragen wurden notiert und gesammelt hinter einer Glaswand präsentiert. Mit Stiften in unterschiedlichen Farben konnte auf die Fragestellung reagiert werden. Die Fragen und Ratschläge wurden vom Museumspersonal digitalisiert, sodass auch online Rückmeldungen (über Tumblr oder Twitter) möglich waren. Dadurch wurde die Rückmeldequote noch weiter erhöht. Manche BesucherInnen kamen regelmäßig in das Museum zurück, um zu sehen, ob bereits weitere gute Ratschläge oder Ideen veröffentlicht wurden.

Mit ExpertInnen gemeinsam Ausstellungen gestalten:

Unter dem Ausstellungsnamen „**Timetrips**“ wurden Jugendliche unterschiedlicher Bildungseinrichtungen sowie aus einem Internet-Rekrutierungsprozess eingeladen eine Ausstellung im **Naturhistorischen Museum in Wien** mitzugestalten. Gemeinsam mit WissenschaftlerInnen und PädagogInnen des Museums, sowie ExpertInnen einer Medienproduktionsfirma, entwickelten die Jugendlichen einen interaktiven Zeitpfad mit 12 unterschiedlichen Stationen. Die Jugendlichen konnten mithilfe neuer Medien, neue Zugänge zu Objekten schaffen. Altes Wissen wurde in einem Kontext aufbereitet, mit dem sich Jugendliche identifizieren können und der somit besser verständlich ist. Zum Beispiel konnten BesucherInnen bei der Station [“Aus der Steinzeit zum iPod”](#) – auf einem Touchscreen mit Tönen – auf einer 14.000 Jahre alten Knochenpfeife experimentieren.

Gemeinsam neue Informationen schaffen:

Die Ausstellung „**Subsidized Times**“ im **Vietnam Museum of Ethnology** hatte zum Ziel die Geschichten der älteren Menschen rund um die Nachkriegszeit zu erzählen, um den jüngeren Mitmenschen die damaligen Schwierigkeiten und Herausforderungen näher zu bringen. Dabei wurden Artefakte aus der damaligen Zeit verwendet und neue [Dokumentationsfilme](#) mit Überlebenden dieser Zeit produziert. Die Videos wurden in Zusammenarbeit mit den EinwohnerInnen von Hanoi, dem Museumspersonal und einer Videoproduktionsfirma erstellt. Die Vorgehensweise zur Erstellung dieser Dokumentationsfilme und die gewonnenen Erfahrungen wurden zusätzlich zu den Filmen im Museum aufbereitet und den BesucherInnen gezeigt.

Das Team Hacking Traditions, hat in Zusammenarbeit mit 14 **BewohnerInnen von Katsdorf Interview-Videos** erstellt, die zeigen welche Bedeutung die Weberkarte noch heute für die Gemeinde hat. Dafür wurden einminütige Videos von ZeitzeugInnen und KatsdorferInnen unterschiedlichster Berufsgruppen gefilmt und auf Youtube veröffentlicht.

Video: Team Hacking Traditions,
Kardemuseum.Katsdorf

Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=xa3DVsZhNHk>

03 GEMEINSAM gestalten

Ein GEMEINSAM gestaltetes Projekt ist ein Projekt, indem interessierte BesucherInnen von Beginn an mit dem Museumspersonal zusammenarbeiten. Erst durch die Zusammenarbeit werden die Ziele des Projektes definiert, die Mitarbeit der BesucherInnen ist somit intensiver als bei KOOPERATIVEN Projekten. Es wird noch stärker auf die Bedürfnisse der BesucherInnen eingegangen und der **Dialog** zwischen ihnen gefördert. Die Aufgaben des Museumspersonals sind, den Austausch zu fördern und deren Fähigkeiten mit den eigenen abzugleichen, um die gemeinsamen Ziele zu erreichen. Die Wünsche und vorgefestigten Annahmen des Museums werden also zurückgestellt, damit mehr Raum für die Partizipierenden geschaffen werden kann.

Die Zusammenarbeit zwischen BesucherInnen und Museumspersonal ist also der zentrale Punkt, wobei die MitarbeiterInnen mehr administrative Arbeiten, wie Planung und Koordination übernehmen. Es ist wichtig, eine gute Balance zwischen Struktur und Flexibilität zu finden, damit die Kreativität gefördert aber auch zielgerichtet gearbeitet werden kann.

**Ziele und Interessen anderer müssen respektiert werden!
Es darf nicht an vorgefertigten Ideen festgeklammert werden!**

Essentiell für ein erfolgreiches Projekt ist, dass beide Parteien das gleiche Ziel verfolgen und die Museumskultur sich gegenüber den BesucherInnen öffnet. Es ist wichtig, ihnen starkes Vertrauen entgegen zu bringen, dass sie komplexe Aufgaben meistern und die Richtlinien des Museums einhalten. Das Projekt sollte in das ganze Museum integriert und nicht isoliert betrachtet werden.

Aus der Praxis: Online-Ausstellungen gemeinsam erarbeiten



Das Projekt „Wir waren so frei“ des Museums für Film und Fernsehen Berlin sowie der Bundeszentrale für politische Bildung Deutschland erstellte 2008 eine eigene Website auf der Geschichten und Themenschwerpunkte rund um den Mauerfall 1989 erzählt, gesammelt und verbreitet werden. Ziel ist es, die Blickwinkel vieler verschiedener Personen zu diesem historischen Zeitpunkt einzufangen und andere daran teilhaben zu lassen. TeilnehmerInnen steht es frei Bild- oder Filmmaterial zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten hochzuladen. Es soll eine Ausstellung von NutzerInnen für NutzerInnen sein. Neben dem Hochladen von Bildern oder Filmen ist es für Interessierte möglich bereitgestelltes Material von ZeitzeugInnen zu kommentieren bzw. präziser und umfassender zu beschreiben und Schlagwörter zuzuordnen. Auch eigene Alben können erstellt und wieder zur Verfügung gestellt werden. Das [Internet-Archiv](#), ein kollektives Gedächtnis der Ereignisse rund um den Mauerfall, entstand mit der Ausstellung im Museum für Film und Fernsehen Berlin, wo ausgewählte eingereichte Beiträge ausgestellt wurden.



Mit privaten Gegenständen gemeinsam gestalten

Die Ausstellung „[Shards & Happiness](#)“ im Keramikmuseum Princessehof in den Niederlanden forderte Interessierte auf ihr Hochzeitsgeschirr, Fotos sowie persönliche Geschichten, in Verbindung mit diesen Objekten im Museum auszustellen. TeilnehmerInnen wurden eingeladen selbst Texte für die Audio-Tour vorzubereiten und beizusteuern bzw. selbst im Museum anwesend zu sein, um Fragen von BesucherInnen zu beantworten. Es entstand ein reger Dialog zwischen den TeilnehmerInnen, sowie zwischen ihnen und den AusstellungsbesucherInnen. Es wurden Geschichten erzählt und Erfahrungen ausgetauscht. Für den Austausch zwischen Personen, auch außerhalb des Museums, entwickelte man eine Online-Plattform. Ebenso online wurden Fragen und Beschwerden betreut. Zusätzlich wurde vom Museumspersonal das Event „Hochzeit für einen Tag“ organisiert, an dem BesucherInnen paarweise den Gang entlangschreiten und einen Blumenstrauß werfen konnten. Mit dieser Ausstellung konnte die Besucherreichweite erheblich erhöht werden und viele neue BesucherInnen kamen in das Museum.

Bild: Corina Schilling,
Beispiel für Shards & Happiness



04 RAUM geben

Das Museum gibt BesucherInnen die Möglichkeit, sich zu integrieren, indem es einen Teil der Einrichtung (Ressourcen) zur Nutzung zur Verfügung stellt. BesucherInnen können ein Projekt starten oder mitwirken, wobei MitarbeiterInnen des Museums in eine unterstützende Rolle schlüpfen und nicht aktiv mitwirken. Ein Ziel ist es, verschiedene Perspektiven zu sammeln um eine Ausstellung zu generieren und somit die Kreativität, sowie die Eigeninitiative der BesucherInnen zu fördern. In erster Linie muss das Wohlbefinden gesteigert werden, das Museum soll ein Wohlfühlort werden an dem man gerne verweilt. Dies kann durch einladende Sitzgelegenheiten, Gastronomie, Öffnungszeiten, Eintrittspreise, Shop, WLAN und weitere Services gefördert werden. Auch Menschen mit Beeinträchtigungen sollte man berücksichtigen.

Es gilt Menschen einzuladen und zu begeistern die kulturelle Einrichtung kreativ zu nutzen. Nicht selten werden Partys organisiert, um das Wohlbefinden zu fördern. Auch Partnerschaften mit KünstlerInnen, lokalen Vereinen oder anderen Gruppierungen ist eine Möglichkeit. Vorsichtig sollte mit einem potentiellen Mehraufwand umgegangen werden. Was ist, wenn es viele Menschen anspricht? Wer übernimmt die Betreuung? Solch ein Projekt kann ein schnelles Ansteigen der Partizipation mit sich bringen und dies muss auch miteingeplant werden.

Es kann von Vorteil sein, das Projekt zeitlich abzustecken und einen groben Projektablauf zu haben. Es ist wünschenswert, dass Mitwirkende ihren Freunden oder ihrer Familie davon erzählen und zum Kommen einladen. Außerdem kennen sie sich bestens aus und können anderen BesucherInnen Auskunft geben und in die erklärende Rolle des Museumspersonals schlüpfen.



Aus der Praxis: Das Wohlbefinden steigern:

„Loud Hours“ kann von Museen genutzt werden, um die Kommunikation zwischen den BesucherInnen zu fördern. In vielen Museen wird meist um Ruhe gebeten, dies hemmt den Austausch. Bietet das Museum konkrete Stunden an, in denen diskutiert werden darf und soll, stört das die passiven BesucherInnen nicht und die aktiven BesucherInnen fühlen sich frei laut sprechen zu können.

Einige Bibliotheken in Amerika organisierten einen Spieleabend, damit die BesucherInnen andere Erlebnisse und Eindrücke sammeln und so das Wohlbefinden in diesen Räumlichkeiten zu stärken. Durch diese positive Erfahrungen kommen die BesucherInnen gerne wieder.



Bild: Corina Schilling,
Beispiel für Spieleabende

Aspekte des Lebens im Museum

Die lokale Designuniversität (Design und Kunst) realisierte im **Picasso Museum** in Barcelona eine gemeinsame Ausstellung. Die Aufgabenstellung, ein Bild eines Aspektes des Lebens im Museum zu zeichnen, wurde wiedergespiegelt durch Zeichnungen von Menschen im Shop, am WC oder in der Galerie. Dieses Projekt gab dem Museum zudem die Chance über sich selbst zu reflektieren und resultierte in einer Ausstellung aller Zeichnungen. Da die StudentInnen selbst etwas erstellt hatten, kamen sie wieder und konnten über das Projekt am besten Auskunft geben. Sie schlüpften also in eine erklärende Rolle.



Zeichnung: Corina Schilling

Ausstellungsstücke in eigene Applikationen einbinden:

Das Brooklyn Museum stellt Interessierten über die [Website](#) der Institution eine Programmierschnittstelle zur Verfügung, die es ermöglicht **eigene Applikationen zu gestalten**. Je nach Können und Motivation der AkteurInnen lassen sich verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten realisieren. Beispielsweise wurden Projekte realisiert, wie eine Slideshow zu unterschiedlichen Suchanfragen und eine Zeitleiste, um die Sammlungsbestände chronologisch erschließen zu können.

Interaktive Projekte aus der Praxis



Ars Electronica Solutions hat für das [Brauseum](#) in Göss ein Erlebnis rund um die Marke Gösser erstellt. Dabei wurde das Museum dezent neu konzipiert. Der Rundgang durch das Museum wurde aufgelockert. Ausgewählte Exponate im Museum zeigen den Prozess des Bierbrauens mit Hilfe von Projektionen auf. Neue Technologien und Installationen zum Thema "Hören" gibt es im [Audioversum](#) zu entdecken. Ausstellungen, Workshops, Spiele und vieles mehr wird den BesucherInnen geboten.

Das Museum [Brennpunkt°](#) der Heizkultur in Wien zeigt Objekte, die von der Firma Strukt neu dargestellt wurden. Vier Ausstellungsstücke wurden interaktiv gestaltet. Wichtig dabei war, dass keine Hemmungen vor der Benutzung entstehen. Hebel, Drehräder und Touchscreens wurden dafür eingesetzt und dazu eine Software entwickelt.

Aus der Praxis: Interaktive Tische



Musik zu erforschen und kreativ zu werden, ist die Idee hinter dem [Reactable](#). Ein Tisch mit einer interaktiven Oberfläche und verschiedenen Objekten, die man darauflegen und durch diese eine Interaktion mit dem Tisch ausüben kann. Diese Objekte beeinflussen Tonart, Tonhöhe oder Lautstärke und lassen so mit der Musik experimentieren. Das oberösterreichische [Burgmuseum Burg Reichenstein](#) bietet einen interaktiven, höhenverstellbaren Medientisch der mit Ohrmuscheln ausgestattet ist. Dieser Tisch ist derzeit mit neuen Inhalten erweiterbar und leicht zu bedienen.



Bild: Manfred Hainzl, Medientisch Burg Reichenstein (unterliegt nicht der Creative Commons Lizenz)

Apps, Games und mobile Applikationen

Eine Möglichkeit interaktive bzw. digitale Medien in ein Museum einzubinden kann beispielsweise durch begleitende Verwendung einer Applikation (APP) oder eines eigenen Online-Spiels erfolgen. Diese Anwendungen können neue bzw. zusätzliche Informationen beinhalten, eine Anleitung durch das Museum geben, etwas Lustiges für Kinder enthalten oder Informationen liefern mit denen man den Museumsbesuch auch zuhause noch reflektieren kann.

Aus der Praxis:

Ars Electronica Solutions hat für den [Geopark Karawanken](#) folgende neue interaktive und digitale Installationen entwickelt:

GeoAPP: Ermöglicht den Gästen sich über den Park, aktuelle Angebote, Sehenswürdigkeiten, Aktionen, Events, Unterkünfte, uvm. zu informieren.

GeoGAME: Das Spiel dient als Zeitvertreib für Kinder und um den Museumsbesuch für die ganze Familie interessant zu machen.

Mobile Version der GeoPulse Installation: Mit der mobilen Applikation können BesucherInnen auf alle Informationen des Geoparks zugreifen. Zwei Installationen wurden zudem auf Notebooks bereit gestellt, um in Schulen oder anderen Ausstellungen werben zu können.

Partizipative Projekte aus der Praxis Telegarden, Ken Goldberg



Die [Installation Telegarden](#), die im Ars Electronica Center ausgestellt wurde, besteht aus einem Roboterarm in Kombination mit einem Pflanzentopf. Die Pflanzen zu pflegen und zu bewässern übernimmt der Roboter durch Steuerung von NutzerInnen via Internet. Somit entstand eine Online-Gartenarbeit durch UserInnen, die sich über die Website anmeldeten. Quelle: New Media Art von Mark Tribe, Reena Jana



Bild: Melanie Hofer, Buildasound:
Ars Electronica Center

Design Your City

Mit Knetmasse, Zeitungsausschnitten und 3D-gedruckten Figuren das Stadtbild von Linz verändern: das ermöglicht Design Your City. Eine webbasierte Installation im Ars Electronica Center, die mithilfe eines Blue Screens und den dazugehörigen Kameras die Figuren im Museum in das Life-Bild der Außenkamera einfügen. Auf der Website [Designyourcity.wordpress.com](#) können BesucherInnen Screenshots auch von zuhause aus abrufen. Quelle: [Ars Electronica Center](#), Linz



Buildasound

Durch Zusammensetzen von bunten Schaumstoffwürfeln, die mit optische Makern ausgestattet sind, entstehen unterschiedliche Töne. Die Erkennungs-codes der Würfel werden von der gegenüberliegenden Kamera gelesen und der Ton wiedergegeben. Quelle: [Ars Electronica Center](#), Linz - Installation von Mónica Rikić

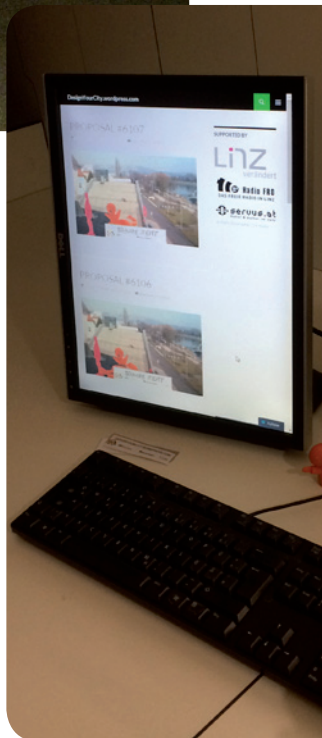


Bild: Melanie Hofer, Design Your City: Ars Electronica Center Linz



„Erzähl mir Linz“

Mit diesem Projekt des [Stadtmuseums Nordico](#) sollten alle LinzerInnen ihre individuellen Geschichten über das Leben in der Stahlstadt erzählen, um so ein bisher einzigartiges Archiv von verborgene Erinnerungen entstehen zu lassen. Es erfolgte ein öffentlicher Aufruf über verschiedene Medien, z.B. der Website des Museums, Presseauschreibungen, etc. Alle BewohnerInnen von Linz wurden eingeladen ihre persönliche Geschichte zu erzählen und somit [Teil der Ausstellung](#) zu werden. Dabei sollte jeder ein Objekt zusammen mit der schriftlich verfassten Erzählung dem Museum als Leihgabe zur Verfügung stellen. Die zusammengetragenen Ausstellungsstücke wurden auf frei beweglichen Metallsockeln präsentiert, wobei die Positionierung der eigenen Geschichte den TeilnehmerInnen selbst überlassen wurde.

Die Ausstellung wurde wachsend angelegt und erst nach und nach mit den einzelnen Werken befüllt. Den Höhepunkt bildete ein Fest, wo alle AkteurInnen und Gäste eingeladen und die Ausstellung vervollständigt wurde.



Foto © Sandro Zanzinger: Ausstellungsansicht ERZÄHL UNS LINZ! NORDICO Stadtmuseum Linz, 2012. (Unterliegt nicht der Creative Commons Lizenz)

” Werdet zu einem Informationsbrunnen.
Wer Informationen teilt, hat Macht.
Teilt alles mit allen.

Je wertvoller Eure Informationen sind, desto besser.
Wer etwas teilt, baut ein Netzwerk auf.
Ein Netzwerk führt zu Zusammenarbeit,
Zusammenarbeit führt zu Kreativität und Innovation
– und die verändern die Welt.

Quelle: Marissa Mayer, CEO von Yahoo

