

Inhalt

Vorwort	9
1 Medien – Chancen für Kommunikation, Vermittlung und Sammlungsmanagement	14
1.1 Medien im Museum	14
1.2 Digitale Medien in der Kulturvermittlung (Simone Mergen)	17
1.2.1 Lernen im Museum	18
1.2.2 Medien für Museumsbesucher entwickeln	21
1.2.3 Praxiserfahrungen mit digitalen Medien: Medienguide als App	26
1.2.4 Herausforderungen digitaler Angebote	27
1.3 Digitalisierte Sammlungen online (Antje Schmidt)	28
1.3.1 Gezielte Suche und explorativer Einstieg	30
1.3.2 Sammeln, liken, teilen, downloaden, weiterverwenden – neue Interaktionsmöglichkeiten und Verpflichtungen	32
1.3.3 Vernetzung, Wissensproduktion und kreative Nutzung	33
2 Neue Medien in der Kommunikation des Museums	36
2.1 Digitale Strategie	36
2.2 Die Webseite eines Museums	40
2.2.1 Seitenstruktur und Inhalte	41
2.2.2 Mobile Nutzbarkeit: Responsive Design	42
2.2.3 Content-Management-Systeme (CMS)	44
2.2.4 Gestaltung der Webseite	45
2.2.5 Sichtbarkeit, Lesbarkeit und Suchmaschinenoptimierung (SEO)	45
2.2.6 Datenverkehrsanalyse	47
2.3 E-Publishing	49
2.3.1 E-Book	49
2.3.2 Publikationsplattformen im Web	51
2.3.3 Publizieren mit Open Access	53
2.4 E-Mail-Marketing	54
2.4.1 E-Mailing (Rundmail)	55
2.4.2 Newsletter	55
2.5 Fragen und Anregungen	57

3	Soziale Medien – im offenen Dialog mit dem Publikum	60
3.1	Das Kommunikationsmodell in den sozialen Medien	61
3.1.1	Dialogpartner werden	62
3.2	Planung und Ressourcen	63
3.2.1	Redaktionsaufgaben	64
3.3	Soziale Netzwerke	66
3.3.1	Facebook	67
3.3.2	Twitter	68
3.3.3	Instagram und Pinterest	69
3.3.4	YouTube und Vimeo	70
3.3.5	SoundCloud	71
3.3.6	Snapchat und WhatsApp	71
3.4	Der Hashtag	72
3.5	Contentstrategie und -formate in den sozialen Netzwerken	73
3.6	Social-Media-Formate	75
3.6.1	Tweetup, Instawalk und Co.	75
3.6.2	Projekte: MuseumWeek, AskACurator und Internationaler Museumstag	76
3.7	Blogs	79
3.7.1	Blogger Relations	80
3.8	Fragen und Anregungen	81
4	Multimediale Elemente als Vermittlungsbausteine im Museum 82	
4.1	Audio- und Multimediaguides	86
4.1.1	PDA-Systeme	87
4.1.2	Tablets und Smartphones	88
4.1.3	Wearable Technology	88
4.1.4	BYOD – Bring Your Own Device	90
4.2	Apps	91
4.2.1	Native Apps	92
4.2.2	Web-Apps	93
4.2.3	Hybride Apps	93
4.3	Location-based Services (LBS) – standortbezogene Dienste	95
4.3.1	QR-Codes	95
4.3.2	RFID – Radio-Identifikations-Systeme	96
4.3.3	NFC – Near Field Communication	97
4.3.4	Beacons	98
4.4	Medienstationen	99
4.4.1	Exkurs: Szenografie – Raumprojektion und Rauminstallation	101
4.5	Fragen und Anregungen	102

5	Multimediale Elemente: Planungsaufgaben, Einbau und Betrieb	104
5.1	Baubestand	105
5.2	Ausstellungsgestaltung	106
5.3	Medienmöbel	107
5.4	Kabelführung und Kabelplan	110
5.5	Montage	111
5.6	Täglicher Betrieb und Wartung	112
5.7	Fragen und Anregungen	113
6	Inhalte digital vermitteln	114
6.1	Nutzerfreundlichkeit (Usability)	114
6.1.1	Informationsdesign	115
6.1.2	Konzeption	116
6.2	Navigation und Benutzeroberfläche	119
6.3	Storytelling	120
6.3.1	»Die« Geschichte finden	122
6.3.2	Mindmap, Drehbuch und Storyboard	123
6.4	Fragen und Anregungen	125
7	Erweiterte Darstellungsformen	127
7.1	Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR)	127
7.1.1	AR-Anwendung im Museum: das virtuelle Brixia (Francesca Morandini)	129
7.2	Virtuelle Idealrekonstruktion (Christof Flügel)	131
7.2.1	Virtuelle Römer am Limes: das Beispiel Ruffenhofen	132
7.3	3D-Darstellung	134
7.4	360-Grad-Panorama	135
7.5	Holografie	136
7.6	Künstliche Intelligenz (KI) und Chatbots	137
7.7	Gaming im Museum	138
7.8	Fragen und Anregungen	141
8	Ausblick	142
	Literaturverzeichnis	144
	Autoren	151
	Glossar	154