

# EINLEITUNG

Die Botschaft dieser Schrift lautet: Etabliert virtuelle Museen! Wo analoge Museen fehlen oder Themen weniger zu analoger musealer Arbeit geeignet sind, wo Mehrwert wie „überall und jederzeit verfügbar“ gewünscht ist: Schafft virtuelle Museen! Aber eben virtuelle Museen, die wie analoge Museen nach den Standards des International Council of Museums (ICOM)<sup>1</sup> funktionieren!

Digitalisierung und virtuelle Welten durchdringen mehr und mehr auch den Kultursektor und die Kreativwirtschaft. Wenn kulturelle Angebote es schwer haben, ihr Publikum zu erreichen, können oder müssen Kulturangebote auf ihr Publikum zugehen. Das gilt auch für Museen, die auf verschiedenen Wegen und mit unterschiedlichen Formaten Publikum finden und binden können. Auch ein virtuelles Museum ist grundsätzlich ein Museum. Vor allem dann, wenn es sich nicht nur an den „ICOM-Standards für Museen“ und vor allem an der Museumsdefinition orientiert, die der International Council of Museums 2022 in Prag verabschiedet hat, sondern allen Standards des Deutschen Museumsbundes und ICOM Deutschland e.V. auch gerecht wird. Die „Standards für Museen“ verstehen sich als Leitlinien, als eine Art „Leitplanken“ für Museumsarbeit und Museumsaufgaben. Die jeweilige Ausprägung und Gewichtung ist von Museum zu Museum unterschiedlich und leitet sich im Wesentlichen von der Zielsetzung der Museumsgründer:innen und Museumsbetreiber:innen ab. Das hat mit analog versus digital und offline versus online zunächst nichts zu tun. Das analoge wie das virtuelle Museum erfüllen die aktuelle ICOM-Definition<sup>2</sup> gleichermaßen:

A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing. (ICOM 2022)

1 Der International Council of Museums (ICOM) wurde 1946 gegründet. Das Generalsekretariat befindet sich in Paris. ICOM hat ungefähr 50.000 Mitglieder in circa 140 Staaten. Link zur Homepage des Internationalen Netzwerks: <https://icom.museum/en/> und von ICOM Deutschland: <https://icom-deutschland.de/de/>.

2 In Überarbeitung der ursprünglichen Definition wurde nach einem mehrjährigen partizipativen Prozess auf der im August 2022 durchgeführten ICOM General Conference in Prag die neue Museumsdefinition angenommen.

Einzig die Forderung nach einem geeigneten und langfristig verfügbaren Museumsgebäude könnte Diskussionsbedarf erzeugen. Bei Lichte betrachtet erfüllt eine Museumsverortung aus Bits & Bytes im World Wide Web manche der übrigen Anforderungen sogar besser als ein Gebäude aus Marmor, Stein und/oder Beton.

Im Kern geht es ICOM zufolge um die Aufgaben des Forschens, Sammelns, Bewahrens, Ausstellens und Interpretierens bzw. Vermittelns. Das leisten virtuelle, ausschließlich online existierende Museen genauso gut oder schlecht wie die klassischen Bauten aus Marmor, Stein und Beton in der analogen, der „Offline-Welt“, mit ihrem Inhalt und den Betreibern. Hybride Versionen bespielen *zusätzlich* die jeweils andere Realität: Die bewährten Offline-Museen nutzen digitale Medien und das Internet zur Ergänzung ihrer Arbeit und setzen sie dort ein, wo sie effizient und effektiv ihren Dienst tun. Ein rein virtuelles Museum ist bestrebt, auch in der Offline-Welt in Erscheinung zu treten. Neben marketing-getriebenen Aspekten durchaus auch, um den digital vernachlässigten Sinnen etwas anbieten zu können: Haptik, Geschmack, Geruch, gemeinsame Rezeptions-Erlebnisse. Und schließlich: so wie es Pop-Up-Stores gibt, kann und wird es auch Pop-Up-Museen geben.

Grundsätzlich sollte der Aufbau eines virtuellen Museums dann ernsthaft geprüft werden, wenn für ein relevantes Thema keine Entsprechung in der analogen Offline-Welt möglich zu sein scheint. Es folgen vier weitere, unterschiedliche Beweggründe, ein rein virtuelles Museum zu gründen. Diese Motive werden im dritten Kapitel weiter spezifiziert.

## Ökonomische Argumente

Oftmals wird der finanzielle und wirtschaftliche Aspekt eine entscheidende Rolle spielen: Ein im Internet aus Bits und Bytes „erbautes“ Heimatmuseum wie das der Erkelenzer Lande („Virtuelles Museum Erkelenz“) ist aus der Erkenntnis entstanden, dass auf absehbare Zeit keine Mittel für einen Museumsbau zur Verfügung stehen. Die gesammelten Artefakte und ihre wissenschaftliche Aufarbeitung und die damit verbundene Forschung brauchen dennoch eine „Heimat“, eine „Verortung“, wo sie das interessierte Publikum finden und betrachten kann.

Ein virtuelles Museum ist sowohl bei den Errichtungskosten als auch bei den laufenden Betriebskosten vom Grundprinzip her wesentlich kostengünstiger als sein analoges Pendant. Dank Homeoffice stellen sich auch die Personal- und Infrastrukturkosten anders dar. Das gilt ähnlich auch für die zahlreichen Freelancer:innen, ohne die kein Museumsbetrieb attraktiv und kund:innenorientiert (nutzer:innen- oder besucher:innenorientiert) antreten kann.

## Ökologische Argumente

Immer mehr in den Blickpunkt tritt auch die Nachhaltigkeitsbeurteilung und -bewertung. Wenn der Bau und Betrieb eines analogen Offline-Museums mehr Ressourcen bindet und einen größeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck hinterlässt als der Aufbau und der Betrieb eines kulturellen Online-Angebots, dann entsteht zumindest Prüfungs- und Diskussionsbedarf.

## Konzeptionelle Argumente

Es gibt Themen, die sich in der analogen Welt deutlich schlechter darstellen und aufbereiten lassen als in der virtuellen Welt. Und das sind zum Beispiel Phänomene wie *Zeit*, *verlorene Kunst- und Kulturschätze*, *verlorene Landschaften*, *Zukunft*. Dann auch alle möglichen philosophischen Bereiche von *Wertewandel* über *Kapitalismus* bis zum Thema *verfolgte oder vernichtete Minderheiten*, und natürlich *Klimawandel und seine Auswirkungen* bis hin zu *Politik*, *Macht*, *Freiheit*, *Diktatur*. Aber auch der *Ursprung des Lebens* oder die *Relativitätstheorie*.

Quasi überall da, wo Artefakte nur „Hilfsmittel“ sind, um sich einem Phänomen zu nähern: *Geld – Uhren* – oder nur mehr als meist digitale Platzhalter zur Verfügung stehen: *Raubkunst* oder *Grünes Gewölbe*. Aber auch *Virtuelles Wasser* und *Krypto-Währung*.

## Nutzer:innenorientierte Argumente

„Der:die digitale Besucher:in ist uns genauso wichtig wie der:die Besucher:in vor Ort.“ (C. Paul, Technoseum Mannheim, 2019 in einem Gastvortrag an der Universität Düsseldorf). Der:die digitale Besucher:in kann zu beliebiger Zeit an einem beliebigen Ort – ohne zu reisen – auf ein virtuelles Museum zugreifen. Er:sie kann möglicherweise eigenen Content beisteuern und jederzeit an den Inhalten forschen und in Diskurse eintreten. Erreichbarkeit, Verfügbarkeit, Nachhaltigkeit und (physische) Barrierefreiheit – abgesehen von Sprachbarrieren – können also neben den Inhalten durchaus Argumente aus Nutzer:innensicht für den Besuch virtueller Museen und das Engagement darin darstellen.

## Gesellschaftliche und soziale Argumente

Weitere Argumente können im sozialen Miteinander liegen, das durch virtuelle Museen eine neue Dimension bekommen kann: Durch den Einsatz neuerer Technologien im Bereich der Social XR, die Elemente von Augmented Reality und Virtual Reality mit der sozialen Sphäre verbinden, kann auch das soziale Miteinander im virtuellen Raum ermöglicht und forciert werden. Grenzüberschreitende Treffen mit Freund:innen, Bekannten, Kolleg:innen werden möglich, um gemeinsam Museumserlebnisse zu schaffen. Auch Live-Events wie Partys, Konferenzen, Ausstellungseröffnungen mit größeren Gruppen von Nutzer:innen können mittels Social XR in virtuellen Museen als Treffpunkte realisiert werden und bieten die Chance, die digitale Isolation zu überwinden und auch den „Spaß am sozialen Miteinander“ zu integrieren.

