

11. AUSSTELLEN UND PRÄSENTIEREN

11.1. Ausstellen und Präsentieren in virtuellen Museen

(ANJA KIRCHER-KANNEMANN)

Eine digitale Ausstellung basiert auf einem klaren Konzept und ist kuratiert. Sie stellt digitale Multimedia-Objekte zusammen, verknüpft und verbreitet sie, um innovative Präsentationen eines Themas oder einer Reihe von Themen zu liefern, die in hohem Maße die Interaktion mit dem Benutzer ermöglichen.(Carius/Fackler 2022)

Der digitale bzw. virtuelle Raum bietet zahlreiche Möglichkeiten der Präsentation, die im analogen Raum nicht zur Verfügung stehen. So können Ausstellungen entstehen, die bisher im analogen Bereich nicht möglich waren. Es können bspw. Objekte miteinander kombiniert werden, die im analogen Museum nicht kombinierbar wären. Auch KI kommt im virtuellen Museum eine besondere Rolle zu, denn sie ermöglicht es inzwischen, Objekte wie etwa Bilddokumente zu erschaffen, die es eigentlich nicht oder nicht mehr gibt. So ist eine völlig neue und umfassendere Art der Kontextualisierung möglich, der gerade bei digitalen Objekten große Bedeutung zukommt.

Die meisten Museen, die heute unter dem Label „virtuell“ firmieren, nutzen diese Möglichkeiten allerdings nicht annähernd aus, sondern präsentieren sich in einer Form, die von einer normalen Website kaum zu unterscheiden ist. Ausstellungen im digitalen Raum bauen aktuell vor allem auf Parallaxen auf, die es Besucher:innen ermöglichen, durch die Geschichte bzw. das Thema zu scrollen. Sie können Video- und Audiodateien einbinden, ebenso wie ausgedehnte Bildergalerien oder auch 3D-Anwendungen. So lassen sich Ausstellungsthemen multimedial vermitteln, und gerade schwierige Themen können auf diese Art differenzierter vermittelt werden.

VR-Anwendungen werden bislang kaum genutzt. Ein Grund hierfür dürften vor allem die nicht unerheblichen Kosten sein. Gerade in der Nutzung dieser Technik aber läge ein großer Vorteil eines virtuellen Museums, denn es könnte damit zu jeder Zeit und an jedem Ort für jede:n die Themenwelt des Museums bzw. der verschiedenen Ausstellungen sicht- und erlebbar machen. Ebenfalls wenig genutzt wird die Erstellung eines (virtuellen) Raum-erlebnisses, wie es für analoge Museen eigentlich typisch ist. Notwendig wäre also eine mindestens virtuelle Architektur und Szenografie.

Bei Nutzung dieser Techniken wäre es möglich, zusätzliche und die Möglichkeiten des analogen Museums in Teilen übertreffende Vermittlungs-, Interaktions- und Partizipationsangebote zu kreieren, denn virtuell existieren deutlich weniger Grenzen als analog und neue Ausstellungswelten können auf diese Weise entstehen.

11.2. Themen

(ANJA KIRCHER-KANNEMANN)

Museen sind gerade heute vor allem außerschulische Lernorte und Orte der Erwachsenenbildung. Sie erfüllen einen gesellschaftlichen Bildungsauftrag und haben daher die Aufgabe Themen möglichst allgemeinverständlich und ansprechend zu präsentieren. Dabei sollten sich sowohl die Themen als auch die Art der Darstellung an den Zielgruppen orientieren.

Die Auswahl und die Behandlung möglicher Themen eines virtuellen Museums hängen maßgeblich von der Frage ab, wie das Museum mit seinen Besucher:innen umgehen möchte, wie sehr es sie in seine Darstellung einbeziehen möchte und inwieweit es eine Nachnutzung möglich macht. Eine erste Annäherung kann durch die Beantwortung der Frage erfolgen, für welche Themen es bisher keine (umfassenden) analogen Museen gibt.

Mit Hilfe digitaler Techniken kann ein virtuelles Museum auch Themen vermitteln, die im analogen Raum nur schwer darstellbar sind. Dies betrifft insbesondere abstrakte Themen wie „Zeit“ oder auch ausgesprochen komplexe Themen wie die Darstellung einer ganzen Epoche. Digital ist es möglich, auch problematische und komplexe Objektgeschichten spannend und kurzweilig und vor allem multimedial zu erzählen. Auf diese Weise werden sie „sprechenden“ Objekten, die zur Beschäftigung und zum Nachdenken einladen, und das virtuelle Museum und seine Ausstellungen sind dann nicht mehr nur „eine Sammlung digitaler Objekte“, sondern „an experience, an interactive and immersive platform that allows people to explore and engage with our collections online“ (Klinke 2023).

11.3. Kuratieren

(ANJA KIRCHER-KANNEMANN)

Kuratieren bezeichnet zunächst einmal die Aufgabe, Objekte oder Texte auszuwählen, um sie an einem Ort zu präsentieren, sie in eine strukturierte Verbindung (Kontextualisierung) zu überführen und mit Hilfe von Methoden des Storytellings zum Sprechen zu bringen, um einem Publikum ein Thema näherzubringen und darzustellen. In dieser Hinsicht unterscheidet sich das Kuratieren einer virtuellen Ausstellung nicht von dem einer analogen. Einzig die Mittel und die Objekte, die zur Verfügung stehen, sind anders und ggf. vielfältiger. Auch bei virtuellen Museen sind – insbesondere dann, wenn auch mit der Ergänzung durch Pop-up-Museen gearbeitet wird – sog. komplementäre Ausstellungen denkbar. Wobei im Fall virtueller Museen nicht die virtuelle, sondern eben die physische Ausstellung die Ergänzung darstellt.

Im digitalen – wie letztlich auch im analogen Museumsraum – gilt es, Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppen zu kennen, sich für sie zu interessieren und auf sie einzugehen, um ein erfolgreiches Museum betreiben zu können.

Dem Publikum kommt durch die Digitalisierung eine neue und aktiver Rolle zu. Dies gilt besonders für virtuelle Museen. Partizipation, Teilhabe und Kollaboration führen zu neuen Handlungs- und Vermittlungsmodellen. Dadurch haben gerade virtuelle Museen die Möglichkeit, als besonders nahbar, offen und kommunikativ wahrgenommen zu werden,

da sie durch ihr digitales Angebot in besonderer Weise die Grundwerte der digitalen Kultur wie Offenheit, Mobilität, Flexibilität und Benutzer:innenorientierung vertreten.

Das Kuratieren im Falle virtueller Museen muss nicht Aufgabe eines darauf spezialisierten Professionals sein. Es kann in vielerlei Hinsicht die Möglichkeit des Co-Kuratierens bzw. der Schwarmkuration geben, z.B. mit Künstler:innen oder mit Nutzer:innen/Besucher:innen (siehe den Ansatz von ARTchat im Rahmen von Nextmuseum.io) und generell den Open Source-Gedanken sowie Überlegungen zum User:innen Generated Content. Genauso denkbar ist die Einbeziehung von KI.

Eine Herausforderung in Sachen Kuratierung stellen die Wege dar, die die Besucher:innen des virtuellen Museums gehen, denn sie sind deutlich vielfältiger als im analogen Bereich. Geht man in ein Museumsgebäude, dann sind die Wege, die man läuft, vielfach vorgezeichnet, was schon allein der Raumabfolge geschuldet ist. In virtuellen Museen jedoch ist dies nicht unbedingt so. Das bietet Nutzer:innen den Vorteil, eine ganz individuelle und einzigartige Geschichte erleben zu können, bedeutet aber für Kurator:innen die Herausforderung, all diese möglichen Wege im Vorfeld zu durchdenken, zu planen und auf ihre Konsistenz zu prüfen – oder Nutzer:innen Anreize für eine ganz bestimmte und gewollte Navigation und damit Visitor Journey zu bieten. Letztlich bedeutet dies für Kurator:innen, dass jede Geschichte für sich gesehen abgeschlossen sein und Sinn ergeben muss, da es immer sein kann, dass User:innen ihren Besuch zwischendurch ab- oder unterbrechen, in der Navigation zurückgehen und so einen anderen Weg als den eigentlich geplanten einschlagen. Diese Möglichkeiten müssen insbesondere bei Linksetzungen immer mitgedacht werden. In einem virtuellen Museum, bzw. in einer virtuellen Ausstellung gibt es keine geradlinigen Wege. Besucher:innen können bspw. ein Accordion-Element aufklappen, es kann aber auch sein, dass sie es nicht tun, sie kommen also ggf. an bestimmten Informationen und Objekten nicht „vorbei“. Derartige Features sollten daher nur Informationen enthalten, die tatsächlich nur Zusatzinformationen, nicht aber zum Verständnis der eigentlichen Geschichte notwendig sind.

11.4. Ausstellungsmanagement

(OTMAR BÖHMER)

Ausstellungen im analogen oder virtuellen Raum haben grundsätzlich die gleichen Voraussetzungen und basieren auf dem Weg von der Idee, über Recherchen, ein erstes Konzept, die Prüfung der verfügbaren Inhalte, über die Technikfragen zu den Rechtefragen und dann zur Umsetzung und Veröffentlichung. Grundlage kann dabei die eigene Sammlung sein; es sind jedoch immer Kooperationen von Vorteil.

Diese Kooperationen können in den inhaltlichen Feldern – fremde Sammlungen und Werke –, in den technischen Möglichkeiten Dritter sowie in den Vermittlungs- und Kommunikationsfeldern liegen.

Damit sind bereits die notwendigen Arbeitsbereiche benannt, derer es bedarf, um ein virtuelles Projekt umzusetzen. Sie sind weitgehend identisch, teils anders ausgestaltet und einige Bereiche des analogen Museumsmanagements sind nicht erforderlich.

