

## 17. ANALOG UND DIGITAL

### 17.1. Virtuelle Angebote von und für „analoge“ Menschen

Der erste Auftritt, die „Premiere“, eines virtuellen Museums kann schon aus Gründen der Öffentlichkeitswirksamkeit eine Eröffnung in der analogen Welt sein. Ein ganz klassisches „Push the red button“-Ereignis. Möglichst unter prominenter Schirmherrschaft wird es zu einem aufmerksamkeitsstarken und vor allem pressetauglichen Foto-Event. Mit vielen geladenen Gästen, Vertreter:innen der Unterstützer:innen und Förderer, mit Freundeskreis und Sponsor:innen.

Jedes virtuelle Museum ist schon deshalb immer ein Stück weit „hybrid“, weil ein Teil seiner Infrastruktur auch ein Teil der analogen Welt bleibt: Mitarbeiter:innen brauchen Arbeitsplätze, die notwendige Technik („Hardware“) von Server bis Programmierung und Steuerung steht bzw. entsteht in der analogen Welt. Das kann dezentralisiert über die ganze Welt verteilt und weitestgehend digital unterstützt sein, am Ende sind es analoge Menschen, die den Betrieb „am Laufen halten“. Und für die er ja auch geschaffen und eingerichtet wird.

Es gibt noch einen Grund, warum dieser „hybride“ Charakter des virtuellen Museums immer eine Ergänzung des im Wesentlichen aber digitalen Angebotes sein und bleiben wird. Denn die auch für den Erfolg eines virtuellen Museumsangebots wichtigste Gruppe der Stakeholder:innen, die Besucher:innen und Nutzer:innen, sind und bleiben Teil der „analogen Welt“. Dort leben sie, dort wollen und müssen sie abgeholt werden. Auch dann, wenn sie sich mit ihren digitalen Devices von Computern, Tablets und/oder „Head Mounted Displays“ auf den Weg machen. Spannende Erlebnisse mit Augmented Reality (AR), Virtual Reality und Mixed Reality (MR) machen ein immersives Eintauchen in eine andere, eine digital erzeugte und erzählte Realität möglich. Auch im künftigen „Metaversum“ sind es die Menschen der Offline-Welt, die ihre Avatare auf Entdeckungsreise schicken. Die Verarbeitung des Erlebten findet in den Köpfen statt, die vor oder in den digitalen Devices sitzen.

Der kommende Schritt der digitalen Vernetzung mit den Mitmenschen wird in dieser neuen virtuellen Realität stattfinden können. Dieses „Social VR“ ist die dritte Entwicklungsstufe des Internets, meist bezeichnet als „Web 3.0“. Marketingmäßig auch als „Metaversum“ von verschiedenen Anbieter:innen angekündigt. Wie auch immer dieses „Metaversum“ dann letztlich aussehen mag, virtuelle Museen werden darin ein fester Bestandteil sein: Und das 24/7 – immer geöffnet und weltweit erreichbar.

## 17.2. „Pop-up-Museum“: Sichtbarkeit und Community Building

Es wird immer wieder Auftritte des virtuellen Museums in der analogen Welt geben. So wie es heute Pop-up-Stores gibt, die an den manchmal überraschendsten Orten für meist nur kurze Zeit auftauchen, wird es auch Pop-up-Museen geben, die der Sichtbarkeit und dem Community Building der interessierten Nutzer:innen und Besucher:innen dienen. Wer mag, holt sich „sein“ virtuelles Museum bei der nächsten Geburtstagsfeier ins Haus. Dazu braucht es nur die entsprechenden Digitalen Devices, und die Reise kann beginnen.

Statt des gemeinsamen „Fußballguckens“ im TV ist auch ein virtueller spielerischer Museumsbesuch unkompliziert, komfortabel und anregend einzurichten.