

*Kultur*Betrieb

Magazin für innovative und wirtschaftliche Lösungen



Im Fokus **Social Media**

Ausstellen Systemvitrinen im Baukastenprinzip

Bewahren Schimmelbefall auf Papier

Bibliotheken Dynamisch-assoziative Ordnung

Porträt Registrars Deutschland e.V.

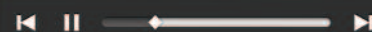
Marketing Printmedien sind im Kulturbereich unersetzlich

... „TANDARADEI,
SCHÖNE SANC
DIU NAHTEGAL.“



www.erleben.acoustiguide.de

„UNTER DEN LINDEN“ VON WALTHER VON DER VOGELWEIDE, MITTELHOCHDEUTSCH, 12. JAHRHUNDERT



Wir sprechen alle Sprachen.



Sprache verbindet – Ihre Ausstellung und Ihre Besucher:
Fremdsprachen, Dialekte, untergegangene Sprachen,
Gebärdensprache. Acoustiguide konzipiert und realisiert
Multimedia-Guides für alle Ansprüche, Ausstellungen und
Besucher – auf Acoustiguide Medien und als App für
iPod touch, iPad, iPhone und Android. www.acoustiguide.de



Gemeinsame Aufgaben, ähnliche Bedarfe – individuelle Angebote

Gedächtniseinrichtungen arbeiten mit Lösungen und Know-how aus Industrie, Handel und Dienstleistung



Dr. Berthold Schmitt, Gründer und
Herausgeber des Fachmagazins
KulturBetrieb

Archive, Bibliotheken und Museen (ABM) haben gemeinsame Aufgaben und Ziele: Bewahren, Dokumentieren und Zugänglichmachen. Um dem gerecht zu werden, tauschen sie ihre Kompetenzen, Erfahrungen und Bedarfe zunehmend spartenübergreifend aus. Beleg dafür ist u.a. die Vielzahl nationaler und internationaler Tagungen, Workshops und Messen. Hinzu kommen Publikationen wie das Magazin *KulturBetrieb*, das von den Fachleuten der Kultureinrichtungen wegen seiner thematischen Bandbreite nachgefragt und aufgrund seiner fundierten und prägnant aufbereiteten Inhalte geschätzt wird.

Von A wie Archivtechnik bis Z wie Zugangskontrolle

Die Schnittmenge an Bedarfen für den Betrieb kultureller Einrichtungen ist riesig: Archivtechnik, Barrierefreiheit, Computerbedarf, Digitalisierung, Energie, Facilitymanagement, Gesundheitsschutz, Hänge- und Präsentationssysteme, Inventarisierung, Klima- und Messverfahren, Lager- und Depottechnik, Multimedia, Notfall- und Risikomanagement, Objektsicherung, Personaldienste, Qualitätsmanagement, Restaurierung, Sicherheitstechnik, Transport und Verpackung, Unfallverhütung, Vitrinen, Werkzeuge, Zugangskontrolle usw.

Industrie, Handel und Dienstleistung bieten die technischen Produkte, das fachliche Know-how und das qualifizierte Personal, das das „ABM-Trio“ zur Erfüllung seines spezifischen Auftrags benötigt. Das Magazin *KulturBetrieb* führt Nachfrager und Anbieter zusammen. Es ist die einzige Fachzeitschrift im deutschsprachigen Raum, die sich versiert, kenntnisreich und sachorientiert mit den personellen, technischen und administrativen Belangen der drei Kultursparten befasst.

Social Media, Bewahren und Bibliotheken

Ein Schwerpunkt dieser Ausgabe von *KulturBetrieb* gilt dem Phänomen der sog. Social Media. Während viele Museen, Archive und Bibliotheken bereits mit großem Erfolg `online` sind, wägen andere noch das Für und Wider ab. Vorliegendes Magazin will mit Beiträgen aus Theorie und Praxis informieren, orientieren und den einen oder anderen Tipp geben. Der Schutz von Kulturgut wird immer wichtiger, denn das Potenzial an Gefährdungen nimmt zu. Es beginnt beim Schimmel und endet bei illegalem Handel und Zerstörung. *KulturBetrieb* unterstützt die Aktionen von ICOM und Deutschem Kulturrat zur Bewahrung materieller und ideeller Kulturgüter. Bibliotheken zählen zu den beliebtesten Kultureinrichtungen überhaupt. Ein Schweizer Institut ist nun für sein ungewöhnliches und innovatives Management ausgezeichnet worden.

Ohne die Unterstützung der Autorinnen und Autoren und ohne das Vertrauen der inserierenden Unternehmen ist das Zustandekommen einer solchen Publikation undenkbar. Ihnen allen danke ich und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit.

Mit herzlichen Grüßen

Im Fokus: Social Media

- 26 - 27 Twittern im Museum
- 28 - 29 Hauptsache „Kontakt“, oder?
- 29 Leitfaden für Kulturbetriebe I
- 30 - 31 Lässt sich der Erfolg von Social Media messen?
- 31 Leitfaden für Kulturbetriebe II
- 32 - 33 Return on Investment und Social Media?
- 34 - 35 Landesausstellung Hessen: Hätten die Brüder Grimm getwittert?
- 36 - 37 Archäologie und Facebook, Twitter & Co
- 38 - 39 Archive im Web 2.0
- 39 Leitfaden für Kulturbetriebe III
- 40 Twittern oder Siegen

Ausstellen

- 6 - 7 Systemvitrinen: Ästhetisch, funktional und kompatibel

Bewahren

- 8 Archivmaterial für höchste Ansprüche
- 9 ICOM zeigt Kulturfrevlern die „Rote Karte“
- 10 Restaurierungswerkstätten optimal ausrüsten
- 14 Sonnenschutz und Denkmalschutz
- 16 - 17 »Climate for culture« – ein langfristiges EU-Projekt
- 18 - 19 Was bei Schimmelbefall auf Papier zu tun ist
- 20 - 21 Trockenlegung von Gebäuden
- 24 - 25 Brandschutz in Museen, Archiven und Bibliotheken
- 25 Neues Warnsystem des Deutschen Kulturrates

Bibliotheken

- 33 Sachsen fördert innovative Bibliotheken
- 39 QR-Codes in Bibliotheken
- 43 Die grüne Bibliothek (Buchankündigung)
- 44 RFID: Konkurrenz für den Bibliothekar?

Dokumentieren | Digitalisieren

- 22 Von den Nachbarn lernen: Collections Trust
- 45 Vorzüge und Chancen der Digitalisierung
- 46 Konkurrenz für Google-Books
- 48 - 49 Digital-Asset-Management für Museen und Archive II

Kulturmarketing

- 12 *KulturBetrieb* – Das Fachmagazin für Museen, Archive und Bibliotheken
- 47 Printmedien sind im Kulturbereich unersetzlich
- 53 Wie funktioniert eigentlich ein ... 3D-Drucker?

Porträt

- 13 Registrars Deutschland e.V.
- 15 sculpture network
- 42 - 43 Freundeskreis der Universität der Künste Berlin

Terminsache

- 19 Das grüne Museum
- 21 Licht und Klima / Raum und Vitrine
- 22 Kulturelle Bildung

Veranstaltungen

- 54 Veranstaltungen und Termine

Wirtschaftlichkeit

- 50 - 51 Energiewende hat bei Kulturbetrieben Nachholbedarf
- 52 Ältestes Kindermuseum der Welt ist ökologischer Vorreiter

KulturBetrieb

- 3 Editorial
- 4 Inhalt
- 55 Impressum und Vorschau Heft drei 2013

Hinter jedem großen Kunstwerk steht eine noch größere Wand



mila-wall Stellwände:
Ästhetisch. Vielseitig. Wirtschaftlich.

Die Attraktivität eines Museums steht und fällt natürlich mit seinen Ausstellungen. Dabei ist die Präsentation mindestens genauso wichtig wie die Exponate selbst. Deshalb haben wir mila-wall entwickelt – die Stellwände

ohne sichtbare Verbindungstechnik, die in kürzester Zeit zusammengefügt werden können. Daneben sorgen reduzierte Umbauzeiten und eine sehr lange Lebensdauer nachweislich für eine deutliche Kostensenkung.

Ästhetisch, funktional und kompatibel

creaspace-Systemvitrinen von FRERICHs GLAS folgen dem Baukastenprinzip

Schönes Design, ausgezeichnete Funktionalität – klar. Aber welche Anforderungen werden an Ausstellungsvitrinen noch gestellt? Einfaches, praktisches Handling und Wirtschaftlichkeit – das sind die Faktoren, die für Museen bei der Neuanschaffung



creaspace-Tischvitrine mit automatischem Hebemechanismus

von Vitrinen ganz oben stehen. Die Systemvitrinen von creaspace liefern dafür eine überzeugende Lösung. „Natürlich haben wir uns erst mal intensiv mit dem Bedarf der Museen beschäftigt, bevor wir unsere neuen Vitrinensysteme entwickelt haben“, sagt Walter Tietz, Geschäftsführer von FRERICHs GLAS. Das Verdener Glasveredlungsunternehmen hat im vergangenen Jahr seine langjährigen Aktivitäten im Vitrinenbau unter der Marke creaspace neu positioniert.

Flexibel und wirtschaftlich – auch durch gemeinsame Nutzung

In Zeiten knapper Haushalte stehen viele Museen vor derselben Fragestellung: Wie können wir die besonders besucherstarken und deshalb so wichtigen Sonderausstellungen auch mit limitierten Ressourcen realisieren? Eine bessere Kooperation von Museen in einer Stadt oder Region ist dabei ein zentraler Ansatz – Kooperation auch bei der Anschaffung von Vitrinen. Möglich

wird dies jetzt durch die Systemvitrinen von creaspace, die nach dem Baukastenprinzip konstruiert sind. Der Nutzen ist offenkundig: Wenn sich mehrere Museen jeweils nur eine begrenzte Zahl dieser kompatiblen Vitrinen neu anschaffen, können sie durch vorübergehenden Austausch jeden Bedarf für einzelne Sonderausstellungen decken. Ohne solche Wirtschaftlichkeitsrechnungen lassen sich viele Ausstellungen schon gar nicht mehr umsetzen.

Das Baukastenprinzip äußert sich in einer Vielzahl frei kombinierbarer Grundmodule, die bedarfsweise zu immer neuen Formen und Darstellungsräumen kombiniert werden können. Auch das Handling der creaspace-Systemvitrinen ist so ausgelegt, dass in der Regel eine Person die Vitrinen aufbauen, umbauen und innerhalb eines Ausstellungsraumes bewegen kann. Für eine exklusive Präsentation der Exponate gibt es zu den Systemvitrinen auch ein umfangreiches modulares Ausstattungspaket mit Böden, Beleuchtung und Sicherungen, das ebenfalls jeder Form der Vitrine angepasst werden kann. „Die gute Resonanz auf unsere neuen Systemvitrinen zeigt“, so Walter Tietz, „dass wir mit creaspace eine gute Symbiose von Wirtschaftlichkeit, hervorragender Technologie und einem hochwertigen Design geschaffen haben.“ Aber auch Individual- und Architekturvitrinen werden bei creaspace systematisch nach einem Baukastenprinzip aufgebaut.



creaspace-Systemvitrine

© creaspace / FRERICHs GLAS



The advertisement shows a glass display case containing a detailed model of a sailing ship. The ship is positioned in the center, with its masts and rigging clearly visible. The background is a blurred museum setting with blue and white lighting. The text 'crea space' is in the top right, with 'Vitrinen mit System' below it. The words 'NÄHE' and 'DISTANZ' are placed on either side of the ship model. The website 'www.crea-space.de' is at the bottom right.

crea space
Vitrinen mit System

NÄHE DISTANZ

www.crea-space.de

Einfaches Handling und sicherer Betrieb

Für alle Vitrinen kommt ein eigens von creaspace entwickeltes, verdecktes Beschlagsystem zum Einsatz, das eine durchgängige Glasfront ermöglicht. Besonders bei Türen, die auf Gehung gefertigt sind, ist dieses System vorteilhaft, da die Beschläge nicht wie sonst üblich von außen sichtbar sind. Diese sind wahlweise aus Edelstahl oder ST-Stahl und sind einsetzbar für stumpfschließende und auf Gehung gearbeitete Türen und erlauben einen Öffnungswinkel von mehr als 90 Grad.

Für einen unkomplizierten und ergonomischen Zugang zu den Exponaten können creaspace-Tischvitrinen mit einem automatischen Hebemechanismus ausgestattet werden. Synchronlaufende, wartungsfreie Hebemotoren mit einer Traglast bis zu 80kg je Motor, Fernbedienung sowie zusätzliche Notfallschaltung sorgen im Bedarfsfall für ein einfaches Öffnen.

Leicht und leise gilt auch für die Auszüge und Innenschübe von creaspace-Vitrinen. Sie öffnen und schließen durch leichtes Antippen mit gleicher, einstellbarer Geschwindigkeit. Klemm- und Kollisionsschutz sorgen dabei für die nötige Sicherheit.

Zum Schutz hochwertiger Exponate gehört auch die Sicherheit. Alle creaspace-Vitrinen können mit jeder Art von Sicherheitssystem ausgestattet werden, wie Bewegungsmelder, Erschütterungsmelder, Bruchmelder, Magnet- oder Riegelkontakte. Die

Verschlussüberwachung erfolgt am Rechner über eine digitale Schnittstelle, die auch in bestehende Sicherheitskonzepte eingebunden werden kann.

Christoph Sodemann

creaspace – FRERICH'S GLAS GMBH

Christoph Sodemann, Leiter Unternehmenskommunikation

Siemensstraße 15-17, 27283 Verden

Ansprechpartner: Jörg Lensch

Tel 0049 | 4231 | 102-49

Fax 0049 | 4231 | 102-60

E-Mail info@creaspace.de

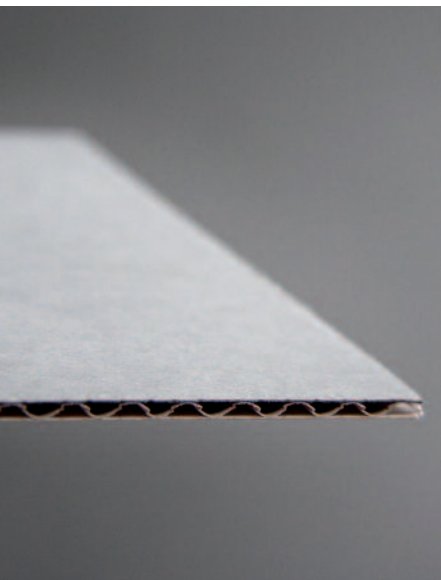
www.creaspace.de

Archivmaterial für höchste Ansprüche



RÖMERTURM

1885



Archivwellpappe | © RÖMERTURM

Mit Archivboxen in sieben verschiedenen Formaten und Archivwellpappe legt Römerturm jetzt den Grundstein für das neue „Archivsortiment“. Weitere Materialien zum professionellen Archivieren werden folgen.

In der Langzeitlagerung von Archiv- und Bibliotheksgut kommt es auf viele verschiedene Faktoren an. Die Objekte sollen vor äußeren Einflüssen geschützt werden und dabei möglichst minimalen Temperatur- und Feuchtigkeitsschwankungen unterliegen – all diesen Anforderungen werden die naturweißen/taubengrauen Römerturm-Klappkassetten aus nassfest verklebter Wellpappe bestens gerecht. Zudem sind die Boxen dichtschießend, so dass das Eindringen von Staub auf ein Minimum reduziert wird – auch nach mehrmaligem Öffnen und Schließen. Die verwendeten Wellpappen haben darüber hinaus einen dämpfenden Effekt bei kleinen Erschütterungen oder gar bei einem Sturz. Alle verwendeten Materialien entsprechen den aktuellsten DIN-Normen für die Lagerung von Schrift- und Druckgut sowie in Bezug auf höchste Alterungsbeständigkeit.

Eigene Wort-/Bildmarke eingeführt

Vermarktet wird das Archivsortiment unter einem eigenen Logo. Das hervorgehobene „A“ steht dabei sowohl für Archiv als auch für erste Qualität. „Wir haben uns ganz bewusst dafür entschieden, professionelle Materialien zur Archivierung innerhalb eines eigenen Sortiments anzubieten“, erklärt Jens Lepper, verantwortlicher Produktmanager bei Römerturm. „Zum einen haben wir immer wieder Anfragen von Kunden erhalten, zum anderen hat es uns gereizt, in diesem sehr speziellen Markt Fuß zu fassen.“

Im Vergleich zu anderen Archivboxen und -pappen am Markt punktet das Traditionshaus aus Frechen mit einem qualitativen Vorteil: Die Römerturm-Archivmaterialien werden aus einem durchgefärbten Archivkarton hergestellt und nicht farblich bedruckt, wie bei einigen Anbietern üblich. Wer bei den sieben

aufgelegten Formaten nicht fündig wird, der kann die Rohware direkt bei Römerturm bestellen, um daraus ein eigenes Schutzbehältnis zu bauen. Die Wellpappe eignet sich zudem als stabile und sichere Rückwand für die konservatorische Einrahmung.

Das Archivsortiment soll kontinuierlich weiter ausgebaut werden. Schon jetzt sind bei Römerturm viele verschiedene Materialien für die Bereiche Restaurierung, Archivierung und Konservierung erhältlich. Darunter Archivpapier, Dokumentationspapier, Museumskarton, Japanpapier, Seidenpapier, Löschpapier oder Fotoarchivkartons.



Archivboxen von Römerturm

RÖMERTURM Feinstpapier GmbH & Co. KG

Alfred-Nobel-Straße 19, 50226 Frechen

Tel 0049 | 2234 | 95595-0

Fax 0049 | 2234 | 95595-55

E-Mail service@roemerturm.de

www.roemerturm.de

„Rote Karte“ gegen den illegalen Umgang mit Kunst- und Kulturgut



Zahllose Raubgrabungen an archäologisch bedeutsamen Stätten, die zerstörerische Plünderung von antiken Kulturstätten sowie der massenhafte Diebstahl von Kunstgegenständen aus Kirchen und Museen in aller Welt bedrohen die wissenschaftliche Erschließung, die Erhaltung und den allgemeinen Zugang zu unserem gemeinsamen kulturellen Erbe. Der Umsatz des illegalen Handels mit Kulturgütern geht in die Milliarden, der von ihm verursachte Verlust ist unermesslich.

Der Internationale Museumsrat ICOM gibt für die Krisen- und Konfliktregionen dieser Welt „Rote Listen“ des gefährdeten kulturellen Erbes heraus. Die „Roten Listen“ enthalten Beispiele von Objekttypen und -kategorien, die besonders gefährdet sind, illegal gehandelt zu werden, weil sie Ausfuhrbeschränkungen oder Ausfuhrverboten unterliegen. Bislang wurden „Rote Listen“ für Afrika, Lateinamerika, Irak, Afghanistan, Peru, Kambodscha, Zentralamerika und Mexiko, Haiti, China, Kolumbien und zuletzt für Ägypten herausgegeben, dessen Kulturerbe aufgrund der derzeitigen Ausnahmesituation verstärkte Schutzmaßnahmen benötigt. Die „Roten Listen“ erscheinen in mehreren Sprachen, auch in deutscher Übersetzung. Eine Übersicht aller „Roten Listen“ finden Sie auf der Homepage von ICOM unter <http://icom.museum/resources/red-lists-database/>. Hier haben Sie auch die Möglichkeit der Kategorienrecherche und des kostenlosen Downloads.

Die „Roten Listen“ werden Museen, Sammlern, Händlern und Auktionshäusern zur Verfügung gestellt mit dem Hinweis, Ob-

jekte der erwähnten Typen und Kategorien nicht zu erwerben, ohne vorher die Herkunft und die gesetzlichen Unterlagen geprüft zu haben. Strafverfolgungs- und Zollbehörden, wie Interpol und die Weltzollorganisation (WZO), dienen sie bei der Identifizierung von Objekten, die durch nationale oder internationale Gesetze sowie bilaterale Vereinbarungen geschützt sind und somit illegal gehandelt werden.

Johanna Westphal



Rote Liste Ägypten (Cover)

ICOM Deutschland e.V.

Johanna Westpfahl, M.A.,
Geschäftsführerin

In der Halde 1, 14195 Berlin
Tel 0049 | 30 | 69504525

icom@icom-deutschland.de
www.icom-deutschland.de

Der Internationale Museumsrat ICOM (International Council of Museums) ist die internationale Organisation für Museen und Museumsfachleute. Er ist dem Erhalt, der Pflege und der Vermittlung des kulturellen und natürlichen Welterbes verpflichtet. Die von ICOM entwickelten

und weltweit anerkannten Ethischen Richtlinien für Museen (Code of Ethics for Museums) bilden die Grundlage der professionellen Arbeit von Museen und Museumsfachleuten. ICOM Deutschland e.V. ist das Deutsche Nationalkomitee des Internationalen Museumsrates ICOM und mit über 4.800 Mitgliedern die größte Organisation von Museen und Museumsfachleuten in Deutschland.

Unternehmerische Kompetenz für Archäologisches Zentrum Berlin

Deffner & Johann stattet Restaurierungswerkstätten der Museumsinsel aus

Restaurierungswerkstätten sind das „technische Herz“ von Museen und Archiven. Eine besonders anspruchsvolle und komplexe Lösung haben die Staatlichen Museen zu Berlin mit dem Archäologischen Zentrum erhalten, in dem seit Herbst 2012 fünf Häuser von Weltrang noch enger zusammen arbeiten: Ägyptisches Museum und Papyrussammlung, Antikensammlung, Museum für Islamische Kunst, Museum für Vor- und Frühgeschichte und Vorderasiatisches Museum.

Der nach Plänen von Harris + Kurrle Architekten (Stuttgart) errichtete Gebäudekomplex verbindet die Bereiche Forschung, Dokumentation und Konservierung. Die räumliche Nähe von Sammlungen, Verwaltung, Archiven, Bibliotheken, Depots und Restaurierung dient u.a. dem direkten Austausch von Erfahrungen und Ideen.

Detaillierte Planung und präzise Umsetzung

Bei dem Archäologischen Zentrum handelt es sich um eine einzigartige interdisziplinäre Plattform, die die Kompetenzen der Wissenschaftler aus Kultur- und Naturwissenschaften bündelt. Besonderes Augenmerk wurde daher auf die Ausstattung der Labore und Werkstätten gelegt, die sich in die Bereiche Stein, Keramik, Metall, Papyrus sowie Holz und anderer organischer Materialien aufgliedern. Den Zuschlag für die Erstausrüstung der Restaurierungswerkstätten erhielt die Deffner & Johann GmbH. Die Firma ist nicht nur führender Anbieter für Restaurierungsbedarf und Denkmalpflege, sondern entwickelt und realisiert darüber hinaus Konzeptlösungen für die Ausstattung sowie den Um- und Neubau von Depots, Archiven und Restaurierungswerkstätten.

In enger Abstimmung mit Architekt, Bauleitung und dem Bundesamt für Bauwesen entwickelte das Projektteam von Deffner & Johann ein Logistikkonzept für Planung, Auslieferung, Installation und Inbetriebnahme der umfangreichen Erstausrüstung. Neben Tageslichttellerleuchten umfasst die Ausrüstung sowohl



© Deffner & Johann GmbH

hochwertige Stereomikroskope und optische Systeme, mobile Absauganlagen, Werkstattmöbel als auch diverse Materialien, Werkzeuge und Präzisions-Messgeräte. Wichtige Erfolgsfaktoren bei einem Projekt dieser Größenordnung sind Erfahrung, Kompetenz, Verlässlichkeit und Flexibilität. Dafür steht das inhabergeführte Familienunternehmen seit über 130 Jahren.

Deffner & Johann GmbH

Mühläcker Straße 13, 97520 Röthlein

Tel 0049 | 9723 | 9350-0

Fax 0049 | 9723 | 9350-25

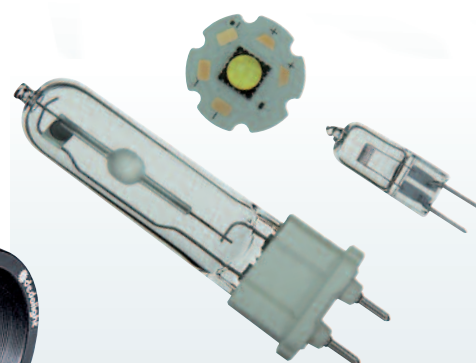
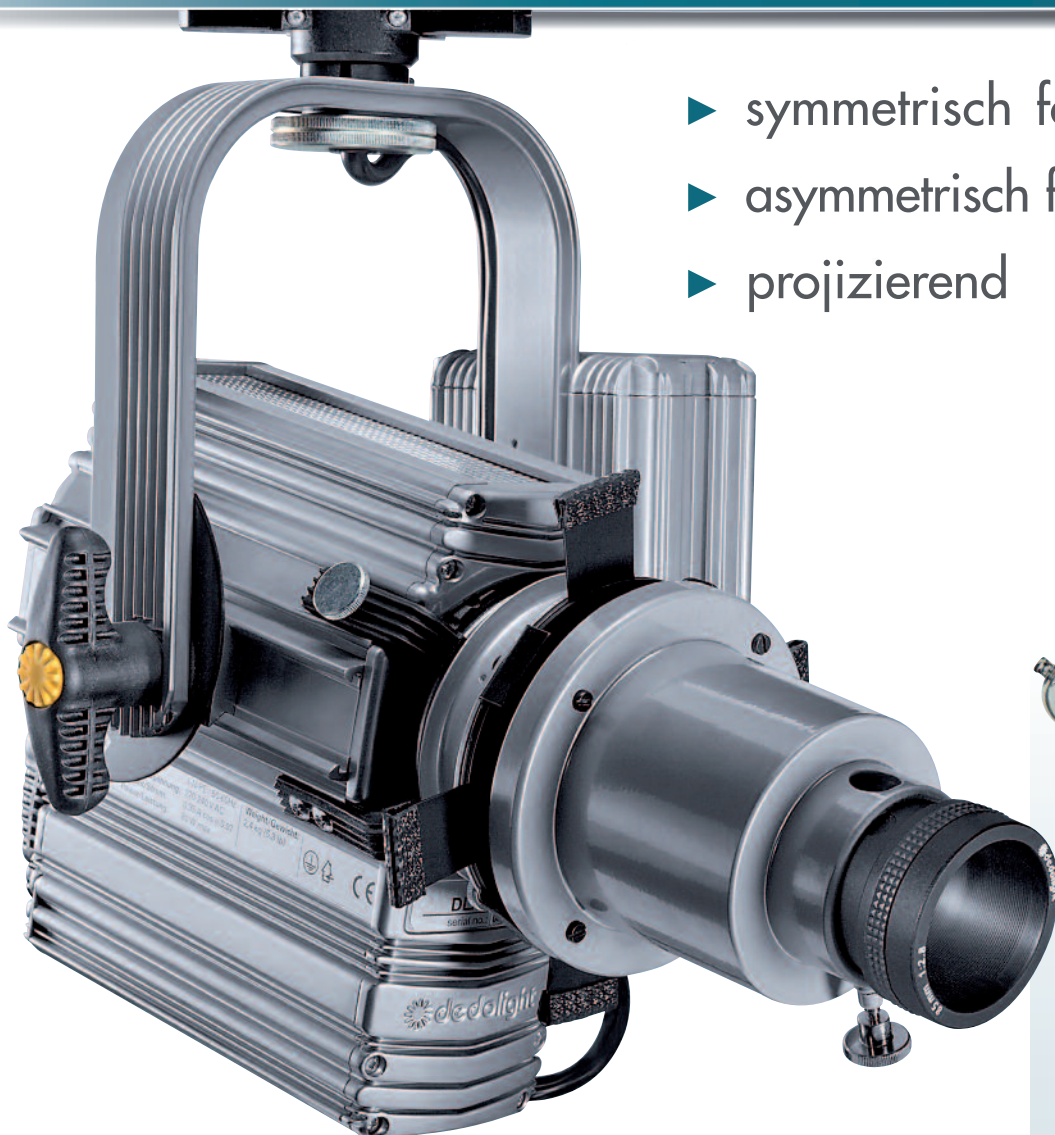
E-Mail info@deffner-johann.de

www.deffner-johann.de

PRECISION LIGHTING INSTRUMENTS FOR MUSEUMS

dedolight

- ▶ symmetrisch fokussierend
- ▶ asymmetrisch fokussierend
- ▶ projizierend



Patentierte dedolight doppel - asphären Optik erzielt gleichmäßige Lichtverteilung, homogene Farbverteilung und eine hohe Fokussierung egal ob Halogen, Metalhalogen oder LED-Lichtquelle.

In unserer DLAD Serie finden sich auch die weltweit ersten asymmetrisch fokussierenden Leuchten.

dedolight Museumsleuchten erreichen die niedrigsten UV - Werte weltweit.



▲ Hessisches Landesmuseum Darmstadt, Darmstadt



▲ Bucerius Kunstforum, Hamburg



▲ Aurora Galerie, Moskau



Dedo Weigert Film GmbH

Karl-Weinmair-Straße 10 • 80807 München • Tel.: +49 (0) 89 356 16 01 • Fax: +49 (0) 89 356 60 86 • e-mail: info@dedoweigertfilm.de

Gemeinsame Aufgaben, ähnliche Bedarfe – individuelle Angebote

Museen, Archive und Bibliotheken haben gemeinsame Aufgaben und Ziele. Dazu zählen z.B. Sammeln und Bewahren, Erfassen und Dokumentieren oder Zugänglichmachen und Präsentieren.

Industrie, Handel und Dienstleistung bieten die technischen Produkte, das fachliche Know-how und das qualifizierte Personal, das die Kultureinrichtungen zur Erfüllung ihrer spezifischen Aufgaben benötigen.

Magazin *KulturBetrieb* führt Nachfrager und Anbieter zusammen. Sie ist die einzige Fachzeitschrift im deutschsprachigen Raum, die sich versiert, kenntnisreich und sachorientiert mit den personellen, technischen und administrativen Belangen der drei Kultursparten befasst.

Inhalte und Adressaten

- Bewahren, Lagern und Bewegen: Techniker, Restauratoren und Registrare aus Depot, Konservierung und Logistik.
- Erschließen und Dokumentieren: IT-Experten für Inventarisierung und Digitalisierung.
- Präsentieren, Vermitteln und Nutzen: Szenographen sowie Techniker für Medien und Leihverkehr.
- Gebäude und Anlagen: Experten für FM, Sicherheit, Infrastruktur und Energie.
- Management und Personal: Verantwortliche aus Verwaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Service.

Struktur und Ziele

- Fundiert und praxisnah, da an Aufgaben und Bedarfen der Nutzer orientiert.
- Vielschichtig und informativ, um die Perspektiven und Interessen der Beteiligten zu spiegeln.
- Printmagazin, weil Haptisches ein Wesenszug von Kultur ist.
- Konzentriert und intensiv, denn Nutzer von Printmedien suchen aktiv nach Informationen.
- Verbindlich, da Printmedien als „Ich-Medium“ personalisiert und geschätzt werden.
- Kostenfrei, um die Vielzahl der kulturellen Einrichtungen tatsächlich zu erreichen.

Mediadaten

Erscheinungsweise: Vier Ausgaben pro Jahr

Auflage: 1.900 Exemplare

Weitere Informationen: www.schmitt-art.de



Registrars Deutschland e.V.

Registrars
Deutschland e.V.



Mittlerweile arbeiten Registrars seit über 25 Jahren an deutschen Museen. Dieses Berufsbild und seine Bezeichnung waren – wie auch in anderen europäischen Ländern – in Deutschland früher vollkommen unbekannt.

Verantwortlich für das Bewegen von Kunst und Kulturgut

Die Berufsbezeichnung Registrar stammt noch aus der Anfangszeit in den 1960er Jahren, als es im angelsächsischen Raum in erster Linie darum ging, den Besitz von Museen, Galerien und Privatsammlungen zu „registrieren“ und zu dokumentieren. Mit den international zunehmenden Ausstellungsaktivitäten erweiterte sich das Aufgabenspektrum mehr und mehr. Alles, was im weitesten Sinn mit der Bewegung von Kunst- und Ausstellungsobjekten in oder aus einem Museum, einem Ausstellungshaus, Sammlungen und Galerien zu tun hat, gehört zum Tätigkeitsfeld eines Registrars. Der Registrar ist in der Regel für alle Transportvorbereitungen, die Verpackung der zu transportierenden Kunst- und Sammlungsgegenstände, die Transporte und Transportbegleitungen, die Beachtung der Versicherungsbedingungen sowie die Einhaltung der konservatorischen Bedingungen zuständig.

Die Stelle des Registrars übernimmt in selbständiger und eigenverantwortlicher Arbeit spartenübergreifend eine Fülle von Funktionen aus allen Bereichen des Museums mit dem Ziel, die Abwicklung und Organisation von Ausstellungen, Veranstaltungen, Leihverkehr etc. fachtechnisch und wirtschaftlich zu fokussieren und terminlich zu koordinieren. Die vielfältigen Aufgaben, die häufig termingebunden zu erledigen sind, bedingen eine enge Kooperation und Abstimmung mit allen Verantwortlichen der anderen Bereiche und Projekte (Direktion, Kuratoren, Restauratoren, Hängeteam, Ausstellungstechnik, Verwaltung).

Netzwerk für Austausch und Auseinandersetzung

In den letzten Jahren hat sich die Zahl der Registrars in Deutschland vervielfacht. In vielen Museen und Ausstellungsinstituten wurden Stellen für Registrars eingerichtet. Im Januar 2004 gründete sich der Verein Registrars Deutschland e.V. Konkreter Anlass für die Vereinsgründung war die Bitte, die „4. European Registrars Conference“ (2004) in Deutschland in Wolfsburg auszurichten. Die Organisation dieser Konferenz machte einen offiziellen Träger erforderlich. Genauso wichtig war es, auch für das Netzwerk der Registrars in Deutschland eine Plattform für Auseinandersetzung, Diskussion und Austausch zu schaffen. Mittlerweile hat der Verein über 100 Mitglieder und über 20 Fördermitglieder. Die jährliche Mitgliederver-



Typische Arbeitsfelder des Registrars | © Kunstmuseum Wolfsburg

sammlung, regelmäßig stattfindende Workshops und Fortbildungen sowie der informelle Austausch bündeln die Aktivitäten von Registrars Deutschland e.V..

Manfred Müller

Registrars Deutschland e.V.

(Informationen: www.registrars-deutschland.de)

Dr. Manfred Müller, Vorsitzender

c/o Kunstmuseum Wolfsburg

Tel 0049 | 5361 | 266924

E-Mail mmueller@kunstmuseum-wolfsburg.de

Ringelnatz, Napoleon und zu viel Licht

Neuer Sonnenschutz für Kostbarkeiten des Kulturhistorischen Museums Wurzen

Papier zählt zu den empfindlichsten Materialien eines Museums. Was also tun, wenn ein wesentlicher Teil der Exponate bibliophile Ausgaben, Fotografien, Aquarelle und Handzeichnungen sind und der Denkmalschutz bestimmte Lösungen für Licht-, Wärme- und Blendschutz ausschließt?

Vor genau dieser Herausforderung stand das Kulturhistorische Museum der Ringelnatz-Stadt, das nun seinen 65. Geburtstag feiert. Das exponiert im Zentrum der sächsischen Domstadt gelegene Museum ist in einem ehemaligen Kaufmanns- und Bürgerhaus untergebracht, das 1668 im Stil der Renaissance wieder aufgebaut wurde. Ein Biedermeierzimmer mit Napoleon-Artefakten erinnert an die Übernachtung des Kaisers vor der Leipziger Völkerschlacht (8.-9.10.1813). Aus Gründen des Denkmalschutzes muss jeder Eingriff auf das historische „Gesicht“ des Gebäudes Rücksicht nehmen – innen wie außen. Das gilt auch für die Maßnahmen zum Sonnen- und Lichtschutz. Die vor Jahrzehnten aufgebrachten UV-Folien waren ausgetrocknet und schadhaft. Besonders die nach Süden und Westen gelegenen Schauräume heizten sich im Sommer stark auf, was den Exponaten schadete und den Besuchern unzumutbar war.

Gebündeltes Know-how aus Kultur und Industrie

Das Museum bewahrt ausgewählte Objekte zur rund 6.000-jährigen Kulturgeschichte des Umlandes sowie der Bischofs- und späteren Industriestadt, speziell zu der traditionsreichen Tapeten- und Teppichproduktion. Darüber hinaus werden Arbeiten des Grafikers und Schriftstellers Georg Bötticher (1849-1918) gezeigt, vor allem jedoch Zeugnisse aus Leben und Werk seines Sohnes Hans Gustav (1883-1934), besser bekannt als Joachim Ringelnatz. Besonders das Ringelnatz-Kabinett, die Bötticher-Räume und weitere Kostbarkeiten galt es vor zu viel Licht und Wärme zu schützen. Zugleich war es für die Planung und Durchführung geeigneter Maßnahmen wichtig, die Sprossenstruktur der 30 nachzurüstenden Fenster durchscheinen zu



Kulturhistorisches Museum Wurzen

Foto: K. Just

lassen, um deren Charme für die historischen Räume zu erhalten. Technische Lösungen, die Bohrungen an den Rahmen erfordert hätten, schieden aus.

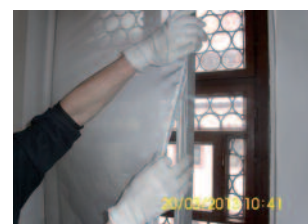
Nach enger Abstimmung mit den Gestaltern von ATELIER n.4 aus Flöha (bei Chemnitz) und der Sächsischen Landesstelle für Museums- wesen, die die Investition in den Erhalt der Bestände zu 80 Prozent finanzierte, wurden Rahmenkonstruktionen auf Maß gefertigt und mit Scharnieren an jeweils einer der Fensterwandungen angebracht. Bespannt wurden die Metallrahmen mit dem farblich auf die Wände des

Museums abgestimmten Spezialstoff Shadow III R des Schweizer Herstellers Création Baumann. Das vom Sächsischen Textilforschungsinstitut e.V. geprüfte Material erzielt die gewünschten Werte zur Durchlässigkeit von Licht, Wärme und Ultraviolettstrahlung.

Sabine Jung



Blick in einen der neu gestalteten Räume



Aufspannen des Stoffs auf den Metallrahmen

Kulturhistorisches Museum Wurzen

Dr. Sabine Jung, Leiterin

Domgasse 2, 04808 Wurzen

Tel 0049 | 3425 | 8560405

E-Mail museum@kultur-wurzen.de

www.kultur-wurzen.de; www.wurzen.de

stand up for sculpture

sculpture
NETWORK

sculpture network vernetzt die europäische Skulpturenszene

Kennengelernt haben sich die Bildhauer Reiner Maria Matysik und Marco Flierl bei den Vorbereitungen zur Ausstellung „Elemente. Schwerkraft. Gleichgewicht“ (Berlin, 20.01.-20.03.2013), in der Arbeiten von 40 zeitgenössischen Bildhauern präsentiert wurden. Sie haben Gespräche geführt, Ideen ausgetauscht und mit den anderen Künstlern und Gästen die Ausstellungseröffnung gefeiert. Schon bald wird Matysik eine Skulptur bei der Kunstgießerei Flierl gießen lassen, denn Marco Flierl ist nicht nur Bildhauer, sondern auch Besitzer einer Gießerei.

Radius erweitern

Wie Matysik und Flierl sind auch die anderen Ausstellungsteilnehmer Mitglieder bei sculpture network. Die 2004 gegründete Non-Profit-Organisation hat es sich zur Aufgabe gemacht, dreidimensionale Kunst in Europa zu fördern. Sie bietet eine Plattform, die Künstler, Kunstvermittler, Museen, Galerien, Dienstleister, Sammler und Kunstfreunde miteinander vernetzt. „Die meisten Bildhauer und Ausstellungshäuser haben ein lebendiges lokales Netzwerk, ihr Radius ist aber begrenzt. Internationale Kontakte eröffnen neue Chancen. Wer das Potential erkennt, kann unser Netzwerk als Trittbrett nutzen, um europaweit Aufmerksamkeit und Bekanntheit zu erlangen. Die vielen Erfolgsgeschichten bestärken uns in unserem Ansatz“, sagt Ralf Kirberg, Chairman von sculpture network.

Inzwischen zählt die Organisation stolze 1.000 Mitglieder, die den Aufruf „stand up for sculpture“ in 43 Ländern in die Tat umsetzen. Ob sie, wie kürzlich in Berlin, eine Gruppenausstellung auf die Beine stellen, an einem Symposium teilnehmen, eine Kunstreise unternehmen oder beim alljährlichen New Year's Brunch ins Gespräch kommen – Ziel ist die persönliche Begegnung und der professionelle Austausch von Menschen, die ein starkes berufliches oder privates Interesse für Skulptur verbindet, unkompliziert, direkt und interdisziplinär.

Vom Netzwerk profitieren

Darüber hinaus bietet sculpture network seinen Mitgliedern den Service sorgfältig recherchierter Datenbanken. Hier lassen sich Ausschreibungen für Skulpturenwettbewerbe oder kuratorische Projekte recherchieren, Künstlerportfolios einsehen oder nützliche Ansprechpartner ausfindig machen, egal ob man für seine Arbeit gerade einen Metallbauer oder einen Werkzeughersteller, ein Transportunternehmen oder einen Rechtsberater sucht. Die Dienstleister nutzen im Gegenzug die Möglichkeit, neue Kunden

zu gewinnen und gezielt auf ihre Produkte und Leistungen aufmerksam zu machen. Auch der monatlich erscheinende Newsletter bietet mit rund 13.000 Abonnenten gute Werbemöglichkeiten, für Dienstleister ebenso wie für kulturelle Einrichtungen.

International punkten

Die interdisziplinäre und internationale Ausrichtung war es, die die Europäische Kommission von sculpture network überzeugte. Im Rahmen der Studie „Culturemap“ wählte die Kommission Webseiten aus, die sich in Europa für den grenzübergreifenden



Reiner Maria Matysik, *wolke eins*, 2013, Form aus Kunststoff für Aluminium-Guss, 160 x 70 x 80 cm | Foto: Reiner Maria Matysik

Dialog und Austausch einsetzen, darunter die von sculpture network. Einen solchen Dialog suchte und fand auch Marco Flierl, als er mit seiner Kunstgießerei einen Betriebsausflug nach Madrid unternahm. Dort besuchte er mit seinem Team die Kollegen der Gießerei Capa Escultura – ohne sculpture network wäre er wohl in Berlin geblieben.

Anuschka Koos

sculpture network

Dr. Anuschka Koos, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Heinrich-Knote-Straße 13, 82343 Pöcking

Tel 0049 | 8157 | 9979010

E-Mail info@sculpture-network.org

www.sculpture-network.org

Das EU-Projekt »Climate for Culture«

Neue Simulationsverfahren für nachhaltigen Kulturgüterschutz in Zeiten des Klimawandels

Die letzte Ausgabe von „KulturBetrieb“ (1/2013) widmete sich dem Thema Monitoring mittels Glasdosimeter, die im Rahmen des EU-Forschungsprojektes „Climate for Culture“ für die Erfassung von Umwelteinflüssen auf Kulturobjekte in Innenräumen eingesetzt werden. Neben dem Einsatz von Glasdosimetern werden in „Climate for Culture“ darüber hinaus Modelle entwickelt, die aktuelle und zukünftige Klimadaten mit Gebäudesimulation verknüpfen und anhand derer die Folgen des Klimawandels für den Kulturgüterhalt prognostiziert werden können.

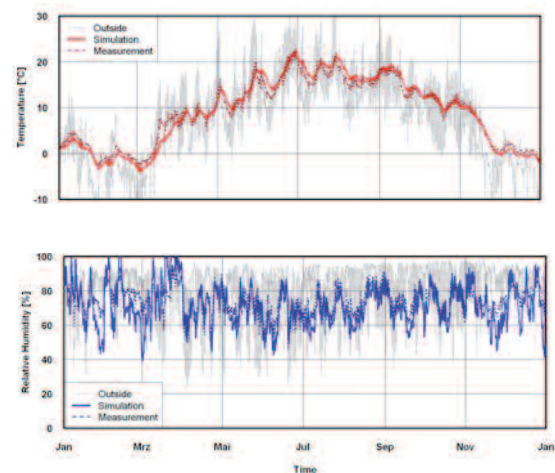
Das EU-Forschungsprojekt „Climate for Culture“

Das von 2009 bis 2014 andauernde Projekt, das von der Fraunhofer-Gesellschaft koordiniert wird und 27 Partner umfasst, untersucht die Auswirkungen der Klimaveränderungen auf das kulturelle Erbe Europas und den angrenzenden Mittelmeerraum. Denn es sind nicht nur Naturdenkmäler und die Artenvielfalt durch die Folgen des Klimawandels gefährdet. Auch archäologische Fundstätten, historische Bauwerke sowie Gemälde, Objekte, Wand- und Glasmalereien können durch den Anstieg von Durchschnittstemperaturen, durch Häufung von extremen Wind- und Niederschlagsereignissen oder durch Hitzewellen Schaden nehmen. Diese ersten Anzeichen des Klimawandels können negative Auswirkungen auf die Bausubstanz historischer Gebäude haben und die Bedingungen in den Innenräumen verschlechtern. Insbesondere Objekte aus Sammlungen und Museen sind Änderungen von Mikroklimata ausgesetzt und reagieren sehr empfindlich auf Feuchte- und Temperaturschwankungen.

Zuverlässige Prognosen durch validierte Modellierung und Umweltsensorik

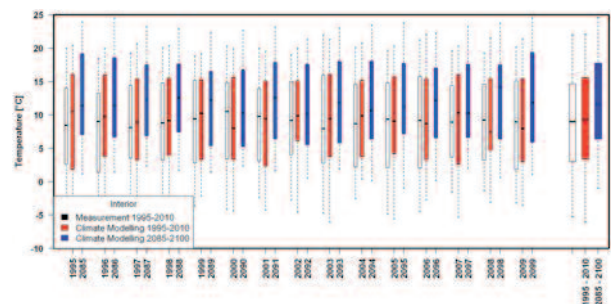
Um die Folgen des Klimawandels für die Erhaltung historischer Gebäude und ihren Sammlungen abschätzen zu können, werden im Rahmen von „Climate for Culture“ erstmals hochauflösende regionale Klimamodelle mit thermohygrischer Gebäudesimulation gekoppelt. Auf diese Weise ist es möglich, Prognosen über die zukünftige Klimaentwicklung zu treffen und entsprechende Maßnahmen zur Stabilisierung des Raumklimas sowie für präventive Maßnahmen zu veranlassen. Für das Projekt wurden zwei klimatisch und räumlich hochauflösende Szenarien aus den Berichten AR4 und AR5 des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderungen) zugrunde gelegt. Daraus konnten für die Zeiträume 1960-1990, 2020-2050 und 2070-2100 Daten über die Entwicklung von Temperatur- und Niederschlag abge-

leitet werden, die mit realen Messdaten in verschiedene Gebäudesimulationsprogramme eingegeben wurden. In einem weiteren Schritt wendeten die Partner Modellrechnungen an, um die Veränderung von Innenraumtemperatur und Feuchte in einem historischen Gebäude mit bekannten Gebäudeparametern zu berechnen.



Unterschied zwischen aktuellen und simulierten Innenraumklimadaten

Die Simulationsergebnisse für Zeiträume in Vergangenheit und Gegenwart wurden mit bereits seit Längerem erfassten Klimadaten aus dem Innen- und Außenraum des Gebäudes verglichen und die Simulationsgenauigkeit daraus abgeleitet. Auf diese Weise konnte nachgewiesen werden, dass die berechneten Daten der Modelle z.T. sehr gut mit den gemessenen Daten übereinstimmten und damit eine hinreichende Genauigkeit angenommen werden kann.



Gegenüberstellung simulierter Innenraumklimadaten mit realen Messdaten: Weiß: Real gemessene Außentemperaturen (Jahre 1995-2010)
Rot: Geschätzte Temperaturen (Jahre 1995-2010)
Blau: Modellierte Klimadaten (Zeitraum 2085-2100)

© www.climateforculture.eu

Korrespondierend mit den IPCC-Szenarien zeigten die ersten Berechnungen für den zukünftigen Zeitraum von 2085 bis 2100 einen signifikanten Anstieg der Innenraumtemperaturen. Demzufolge scheinen dann zur Winterzeit die Temperaturen im Innenraum des ungeheizten Gebäudes nicht mehr unter den Gefrierpunkt zu fallen. Weitere Simulationsschritte beziehen Parameter wie Luftfeuchte und andere Faktoren, z.B. regelmäßige Schwankungen von Tag-, Nacht-, Frost- und Tauzyklen mit ein. Denn auch diese Veränderungen haben Auswirkungen auf das historische Kulturgut.

Zusammenfassung

In Verbindung mit den Ergebnissen der Klimamodellierung und Gebäudesimulation lassen sich potenzielle Schäden an den realen Gegenständen abschätzen und wirkungsvolle Schutz- und Konservierungsstrategien ableiten. Die gute Korrelation zwischen gemessenen und errechneten Klimadaten zeigt, dass die Simulationsmethodik für Vorhersagen über die Entwicklung des Innenraumklimas eingesetzt werden kann. Mit Hilfe von weiteren Modellrechnungen zu den Auswirkungen dieser klimatischen Veränderungen auf historische Gebäude und kulturgeschichtlich wertvolle Objekte kann abgeschätzt werden, welcher zukünftige Aufwand hinsichtlich Klimatisierung notwendig ist, um Kulturgüter zu schützen und gleichzeitig die Auswirkungen des Klimawandels zu reduzieren.

Johanna Leissner, Constanze Fuhrmann, Viktoria Piehl

Forschungsallianz Kulturerbe

Dr. Johanna Leissner, Wissenschaftliche Repräsentantin der Fraunhofer-Institute IAP, IBP, ICT, IGB, ISC, IST, MOEZ. Nachhaltigkeitsnetzwerk der Fraunhofer-Gesellschaft & Forschungsallianz Kulturerbe

Fraunhofer Brüssel

Tel 0032 | 2 | 5064243

E-Mail johanna.leissner@zv.fraunhofer.de

www.forschungsallianz-kulturerbe.de

An dem Projekt „Climate for Culture“ ist die Forschungsallianz Kulturerbe mit drei ihrer Partner beteiligt. Die 2008 gegründete Allianz setzt sich mit der Entwicklung neuer Verfahren, Materialien und Technologien aktiv für den Kulturgüterschutz ein und wird von der Fraunhofer-Gesellschaft, der Leibniz-Gemeinschaft und der Stiftung Preußischer Kulturbesitz finanziert.

FD DISPLAY CASES



MODULAR DISPLAY CASES WITH ASSEMBLY-REASSEMBLY SYSTEM

- lower shipping and handling costs
- in-house assembly, space-intelligent storage
- larger flexibility for gallery reconfiguration

NEW – SILICA TRAY OPTIONAL

ASK FOR A CATALOGUE NOW!

Windeckstraße 37 | 60314 Frankfurt am Main | Germany

Tel: 0049 – 699 5198598 | 0049 – 172 6600525

d.sign@florea.de

www.floread-sign.de

www.florea.de

Schimmelbefall auf Papier

Eine oft unterschätzte Gefahr in Museen, Bibliotheken und Archiven

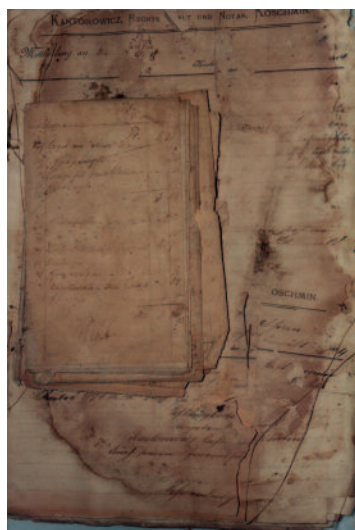
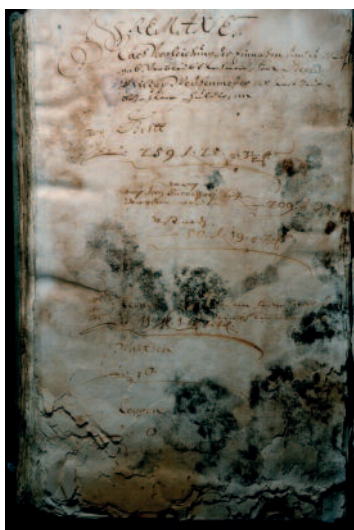
„Alles, was die Menschheit getan, gedacht, erlangt hat oder gewesen ist, es liegt wie in zauberartiger Erhaltung in den Blättern der Bücher aufbewahrt.“

(Thomas Carlyle)

Schimmelkulturen auf Papieren, Einbänden und Schutzverpackungen sind eines der größten Probleme in Magazinen von Bibliotheken, Archiven, Museen sowie in Verwaltungen und Privatsammlungen. Da der Schimmel die Kulturgüter stark angreift und regelrecht zersetzt, ist der Schimmelbefall eine ernstzunehmende Gefahr.

Arten, mögliche Ursachen und Verbreitung von Schimmel

Es sind an die 300 verschiedene Schimmelarten auf Archiv- und Bibliotheksgut nachgewiesen worden, am häufigsten sind dabei die Arten *Penicillium* sp. und *Aspergillus* sp. anzutreffen.¹



Schimmelbefallene Akten mit aufliegendem Schimmel und Verfärbungen

Die Hauptursachen von Schimmelbefall sind zumeist ein ungeregelter und stark schwankendes Klima. Erhöhte Feuchtigkeitswerte (z.B. bei Lagerung in Kellerräumen mit wenig Luftzirkulation und vor allem in den warmen Sommermonaten) können das Auskeimen und Wachsen der in der Umgebungsluft enthaltenen Schimmelsporen fördern. Organische Materialien wie Papier mit dem darin enthaltenen Proteinleim der Gelatine oder Einbandmaterialien wie Leder und Pergament bieten besonders gute Nährböden. Erschwerend kommt der Staub hinzu, der paradiesische Wachstumsbedingungen für Schimmelkulturen darstellt. Aber auch klimatisierte Räume können von Schimmel befallen sein, da schlecht gewartete Befeuchtungseinrichtungen ein Schimmelwachstum und Einblasen in die Raumluft begünstigen.

Häufig tritt Schimmel auch nach Havarien oder Schadensereignissen auf. Nach einem Wasserrohrbruch oder einem Brand mit anschließendem Löscheinsatz sind die Bücher und Akten durchnässt. Wenn jetzt nicht schnell gehandelt wird, ist je nach Witterung innerhalb weniger Tage mit einem massiven Schimmelbefall der Materialien und einem exponentiellen Anstieg der Kosten des Originalerhalts zu rechnen.

Die Schimmelpilze ernähren sich meistens von den Proteinen des Leims und Einbandmaterials und fühlen sich auf einer eher sauren Umgebung wohler als in einem alkalischen Milieu. Die beim Stoffwechsel des Papiersubstrats ausgeschiedenen Abbauprodukte bleiben auf der Oberfläche der Materialien zurück und bilden zusammen mit dem Myzelpilz und dem Schimmelpilz selbst den sichtbaren Schimmel, der in vielerlei Farben und Formen auftreten kann. Ist der Schimmel (ein Gebilde aus verzweigten Hyphen) schon stärker in das Papier eingedrungen, so bilden sich dort starke Verfärbungen, die zumeist Grün, Rot, Weiß und Violett-Braun aussehen.

Schnelles Handeln auch aus Gründen des Gesundheitsschutzes

Die gesundheitlichen Beeinträchtigungen durch schimmelbelastete Räume und Materialien werden immer noch sehr unterschätzt. Die verkapselten, nicht sichtbaren Sporen (Fortpflanzungszellen des Schimmelpilzes), aber auch alle Schimmelauswüchse (Myzel, Hyphen, Abbauprodukte), die man am pelzigen Belag oder an Verfärbungen erkennt, können gefährliche Allergien und Krankheiten auslösen, wenn sie vom Menschen eingeatmet oder berührt werden. Es ist deswegen äußerst wichtig, einen aufgetretenen Schimmelbefall nicht zu unterschätzen und zu verharmlosen, sondern dafür zu sorgen, dass kein ungeschützter Kontakt mit Schimmelpilzen stattfindet. Sichtbar schimmelbefallenes Material muss sofort vom restlichen Bestand separiert werden und am besten luftdicht verpackt in einem gesonderten und ausschließlich für diesen Zweck genutzten Raum eingelagert werden.

Die Verpackung von schimmelbefallenen Materialien darf jedoch nicht in Folie erfolgen, da sonst Kondenswasser entstehen und ein Mikroklima schaffen kann, welches das Schimmelwachstum zusätzlich beschleunigt. Die Entnahme des Materials

DAS GRÜNE MUSEUM

Veranstaltungsreihe zu „Risikomanagement und Notfallplanung in Museen“

24. September 2013 in Zürich

8. Oktober 2013 in Wien

15. Oktober 2013 in Berlin

www.das-grüne-museum.de

Das grüne Museum

darf nur unter Anwendung eines konsequenten Mitarbeiterschutzes erfolgen. Um das Ausmaß des Schimmelbefalls zu eruieren, denn auch nicht sichtbar befallenen Materialien können durch Übergreifen des Schimmelschadens „angesteckt“ worden sein, ist es ratsam, eine Fachfirma, wie z.B. das ZFB Zentrum für Bucherhaltung Leipzig, zu Rate zu ziehen.

Wird ein aktiver Schimmelbefall mit hohen Keimzahlwerten festgestellt, muss über eine Bestrahlung der Akten und Bücher mit Gammastrahlen nachgedacht werden. Für die Inaktivierung bzw. Abtötung aktiver Mikroorganismen ist in besonderem Maße die Kobalt-60-Gamma-Strahlung geeignet (Strahlungsdosis nicht über 12 kGy), da sie das zu sanierende Schriftgut völlig durchdringt, die Mikroorganismen abtötet und das Bestrahlungsgut selbst nur gering belastet. Eine nachfolgende Reini-

muss unbedingt durch geschultes Fachpersonal an reinen Werkbänken erfolgen.

Reinigen nützt, optimales Lagern und Kontrollieren schützt

Die Magazine oder Räume, welche den Schimmelbefall verursacht hatten oder betroffen waren, müssen vor der Rückführung der Objekte getrocknet und saniert werden. Nur dann können die Kulturgüter wieder gefahrlos dort gelagert werden. Denn eine Reinigung und Gammabestrahlung ist keine Präventivmaßnahme. Wenn das Klima oder die Raumhygiene nicht stimmen, ist mit einem erneuten Schimmelbefall zu rechnen. Weitere Maßnahmen sollten die regelmäßige Reinigung und Lüftung der Räume sowie eine ständige Klimakontrolle sein. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Aufbewahrung von Zeitzeugnissen und Kulturgütern so lange wie möglich erfolgen kann. Denn in der Vergangenheit liegt unsere Zukunft.

Jana Moczarski

¹ Vgl. Christina Meier und Karin Petersen, Schimmelpilze auf Papier. Ein Handbuch für Restauratoren, Uelsvesbüll 2006, S. 6.



Abreinigen der Schimmelaufgaben unter der reinen Werkbank

© ZFB Zentrum für Bucherhaltung GmbH

gung der befallenen Objekte ist die schonendste Variante der Schimmelsanierung und in vielen Fällen sogar ausreichend, um die Keimbelastung auf den Papieren soweit herunterzusetzen und eine gefahrlose Benutzung zu gewährleisten. Die Reinigung

ZFB Zentrum für Bucherhaltung GmbH

Jana Moczarski, Staatlich geprüfte Restauratorin für Archiv- und Bibliotheksgut, Restauratorische Leitung im ZFB

Amazonstraße 4, 04347 Leipzig

Tel 0049 | 341 | 25989-32

Fax 0049 | 341 | 25989-99

E-Mail moczarski@zfb.com

www.zfb.com

Gebäudetrockenlegung von WWS-Strube:

Mit Sicherheit trocken

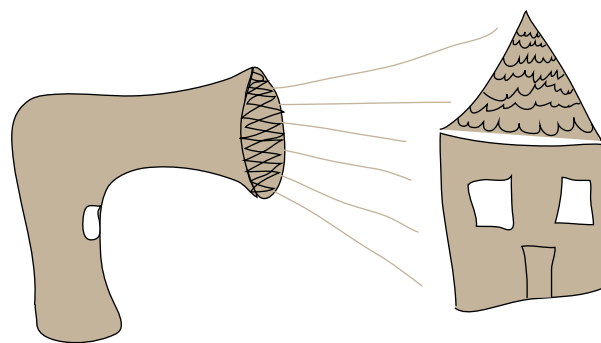
Warum Gebäudetrockenlegung so wichtig ist

Spröde Wände, unangenehmes Raumklima für Mitarbeiter und Besucher, Werteverlust am Objekt und an den Exponaten: Feuchte im Gebäude ist ein großes Problem, das viele Inhaber und Betreiber nicht nur Nerven kostet. Hier aber die gute Nachricht: Mit der Gebäudetrockenlegung und Abdichtungstechnik, die der Kulturdienstleister WWS-Strube in Kooperation mit dem Spezialisten Rainer Hackmann anbietet, sind feuchte Wände kein Thema mehr.

Wohl jeder wird sich schon einmal mit feuchten Wänden, feuchtem Mauerwerk oder Schimmelbefall in Gebäuden befasst haben oder irgendwann einmal befassen müssen. Leider, denn diese Dinge sind unangenehm, kosten Nerven und auch Heizkosten und können sich sogar negativ auf die Gesundheit von Mitarbeitern und Besuchern von Kulturbetrieben auswirken. Feuchtes Mauerwerk bleibt im Winter kühler, die Räume werden nicht mehr gut geheizt, man friert, und das, obwohl die Heizung auf Hochtouren läuft. Gerade auch für Museen oder Kultureinrichtungen ein großes Problem, denn so weiß man die Exponate nicht mehr gut geschützt und die Besucher eventuell nicht mehr im Kulturgenuss gesichert. Im Keller sorgt feuchtes Mauerwerk für muffige, feuchte Luft und schlechtes Klima, das zudem auch noch dort Gelagertes angreift. Das „Älterwerden“ des Gebäudes wird beschleunigt, Salze, Säuren und Co können in die oftmals rissigen Wände eindringen. Ebenso feuchtigkeitsbedingter Schimmel kann sich schneller ausbreiten, nämlich, wenn die in den Wänden gespeicherte Feuchtigkeit verdunstet und nach außen tritt. Ein Teufelskreis. Viele Mittel werden ausprobiert. Auch sie rauben meist nur Zeit und führen nur kurzfristig zum gewünschten Erfolg, denn das tatsächliche Problem, die Feuchtigkeit, verschwindet nicht. Doch das alles muss nicht sein. Es gibt Abhilfe!

Unkompliziert, schnell, dauerhaft

Ein Mittel, das, einmal aufgetragen, die Mauerwerke dauerhaft vor Feuchtigkeit schützt und abdichtet? Ja, das gibt es. Der Kulturdienstleister WWS-Strube aus Lingen hat eine Kooperation mit dem Spezialisten Rainer Hackmann getroffen, ist somit auf genau diese Problematik spezialisiert und deutschlandweit die



einzigste Firma, die mit einem in den USA entwickelten Mittel der Feuchtigkeit an den Kragen geht. Das Beste: Es ist nicht nur zu 100% umweltschonend und -verträglich und besitzt keine schädlichen Chemikalien, sondern wirkt schnell, unkompliziert und dauerhaft. Und ist auch genauso schnell auf die Wände aufgetragen. „Für ein Gebäude von etwa 120 m² rechnen wir in etwa einen Tag. Das heißt, die Besitzer haben keinen Termindruck oder lange „Bearbeitungszeiten“ für ihr Haus“, so Rainer Hackmann. Noch dazu gibt es „learning by watching“ inklusive. „Denn die Besitzer können wirklich sehen, wie das Mauerwerk arbeitet und alle schädlichen Säuren oder Salze quasi ‚ausgeschwitzt‘ werden. Dadurch wird nicht nur eine dauerhafte Abdichtung gegen Feuchtigkeit und das Mauerwerk angreifende Substanzen erreicht, sondern auch eine Werterhaltung des Gebäudes und eine höhere Druckfestigkeit des Untergrundes“, so Hackmann weiter. Gerade auch für Neubauten sei diese Abdichtungstechnik deshalb ein wahres Goldstück, „denn so kann die Wände erst gar nichts angreifen. Die lange Austrocknungsphase des Mauerwerks kann drastisch gesenkt werden, das Raumklima ist von Anfang an optimal, es wird vom Einzug an Energie gespart und feuchtigkeitsbedingter Schimmel hat keine Chance.“

10 Jahre Garantie

Übrigens: Nach fast allen herkömmlichen Abdichtungsverfahren wird hinterher ein Sanierputz aufgetragen. Das kostet Zeit und Geld. Mit diesem Verfahren kann in den meisten Fällen der alte Putz bestehen bleiben. Mit seiner unkomplizierten, schnell wirkenden und nur einmal notwendigen Abdichtungstechnik kann WWS-Strube einen Preis anbieten, der etwa 80% unterhalb der normal üblichen Kosten liegt. Das Beste: Einmal aufgetragen, hält die Abdichtung des Gebäudes ein Leben lang. „Auf die Anwendungstechnik gibt es 10 Jahre Garantie“, so Hackmann. Noch dazu unterliegen die Produkte keinem Verschleiß oder Abrieb, wie bei herkömmlichen Abdichtungsmethoden und sind bei der Verarbeitung nur vor Regen oder fließendem Wasser zu schützen, jedoch nur für 12 Stunden.

Auf (fast) allen Materialien

Nicht nur Beton kann mit diesem speziellen Verfahren versiegelt werden. Auch Holz, Steine, Estrich, Klinker oder Fliesen können „besprüht“ und somit abgedichtet werden. „Und dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Wir können auch einen Gartenteich aus Beton wasserundurchlässig machen. Noch dazu ist unsere Abdichtungssubstanz übrigens – auf Klinkerwänden aufgebracht – ein kompletter Graffitienschutz. Das ist oft gerade für öffentliche Gebäude, wie Kultureinrichtungen, eine echte Überlegung wert“, erklärt Hackmann. Denn Klinkerwände erhalten durch sein Mittel eine Art Schutzhülle, auf der keine Farbe mehr hält. Alle anderen Wände aus Beton, Holz und Co können nach seinem Abdichtungsverfahren normal gestrichen werden.

Nachgewiesene Vorteile

- 10 Jahre Garantie
- Stoppt Karbonatisierung
- Schutz der innen liegenden Bewehrung vor Korrosion
- Stoppt die Alkali-Kieselsäurereaktion
- Chemikalienbeständigkeit bis pH 2,0
- Schutz gegen Eindringen von Säuren, Laugen, Ölen, Benzinen, Chloridionen
- Erhöhte Druckfestigkeit
- Kein Abrieb
- Senkung der Abdichtungskosten
- Optimierung der Bauplanung
- Keine Hilfsabdichtungen
- Extreme Verlängerung des Sanierungsintervalls
- Senkung der Instandhaltungskosten
- Einmalige Anwendung
- Ungiftig
- Stoppt den typischen muffigen Kellergeruch

**WWS Strube GmbH**

E-Mail gebaeudetrockenlegung@wws-strube.de

Weitere Informationen: www.wws-strube.de



Licht und Klima Raum und Vitrine

Effizienz, Präsentation und
Präventive Konservierung

Vier Museen. Vier Orte.

LWL-Museum für Archäologie
Westfälisches Landesmuseum, Herne

04. Juni 2013, 10 - 16 Uhr

LVR-LandesMuseum, Bonn

05. Juni 2013, 10 - 16 Uhr

TECHNOSEUM, Mannheim

26. Juni 2013, 10 - 16 Uhr

Museum im Kulturspeicher, Würzburg

27. Juni 2013, 10 - 16 Uhr

Themen

Neue Anwendungsmöglichkeiten
für LED

Dr.-Ing. Wolfgang Roddewig

ERCO Leuchten GmbH

Vitrinen – Klima und Schutz inklusive?

Dipl.-Rest. Matthias Farke

Glasbau Hahn GmbH

ANMELDUNG

Bitte bis eine Woche vorher bei Heike Schröter
h.schroeter@erco.com

Gern senden wir Ihnen das Programm zu.
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Kulturelle Bildung geschieht vor Ort

Aktionstag »Kultur gut stärken« geht in die dritte Runde. In diesem Jahr dreht sich alles um die kulturelle Bildung

In Deutschland existiert eine beeindruckende Vielfalt von Angeboten der kulturellen Bildung. Von der Lesenacht für Kinder über Kunst in Schulen oder Kunst am Bau bis hin zu Musikbörsen – die Anzahl der Angebote ist schier unerschöpflich. Diese Vielfalt gilt es abzubilden. Entsprechend wurde der Fokus des diesjährigen, dritten Aktionstages ebenfalls auf die kulturelle Bildung gelegt. Am Wochenende um den 21. Mai 2013 sollen erneut bundesweit Aktionen, Veranstaltungen, Ausstellungen, Lesungen, Konzerte, Tage der offenen Tür, Demonstrationen und vieles andere mehr stattfinden.

Der Deutsche Kulturrat, Spitzenverband der Bundeskulturverbände, sucht und sammelt alle geplanten Aktionen oder Veranstaltungen zum diesjährigen dritten Aktionstag »Kultur gut stärken«. Wir würden uns freuen, wenn Sie Teil des Aktionstages werden und Ihre extra auf den Aktionstag zugeschnittenen oder bereits geplanten Veranstaltungen, die Sie unter das Motto des Aktionstages stellen, bei uns melden würden.

Ihre Veranstaltungen können in der Zeit vom 18. bis 26. Mai stattfinden – überall in Deutschland! Unser Anliegen ist es, die kulturelle Bildung in Deutschland sichtbar zu machen und einen bunten Strauß an Aktionen, der an diesem Tag in Deutschland stattfindet, zu bündeln und darzustellen.

Informationen: www.kulturstimmen.de.

Collections Trust – Sammlungspotenzial erschließen

Sammlungen sind das Rückgrat von Museen, Archiven und Bibliotheken. Was aber, wenn überfüllte Depots, steigende Betriebskosten und sinkende Etats 'Rückenschmerzen' verursachen? Unter dem Titel »Sammellust und Sammellast« befasst sich die Jahrestagung 2013 des Deutschen Museumsbundes (München, 5.-8. Mai 2013) mit dem Thema.

In Großbritannien widmet sich der Collections Trust (London und Cambridge) seit nahezu 40 Jahren der Aufgabe, das Sammlungsmanagement in Archiven, Bibliotheken und Museen zu verbessern. Gemeinsam mit Fachleuten aus Industrie und Dienstleistung entwickeln britische und internationale Kultureinrichtungen Standards und Verfahren, um weltweit Know-how zu generieren und Erfahrungen auszutauschen. Partner sind u.a. ICOM, British Museum, BBC und Europeana sowie Deutscher Museumsbund und das Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin. Vorrangige Ziele der unabhängigen Vereinigung sind:

- Sammlungen tiefer und aus neuen Perspektiven erschließen.
- International anerkannte Standards (Best practice) einführen.
- Neue Technologien bekannt machen und nutzen.
- Neue Gruppen für Nutzung und Mitarbeit gewinnen.
- Kosten reduzieren und Sammlungen effizienter managen.
- Weltweites Netzwerk aus Experten und Nutzern etablieren.

Um die Qualität des Sammlungsmanagements zu optimieren und den Mehrwert für die Nutzer der sog. 'Memory institutions' zu erhöhen, berät der Collections Trust in Fachfragen und publiziert zu relevanten Themen. In Zusammenarbeit mit Softwareunternehmen entwickelt und aktualisiert die Vereinigung u.a. das Programm SPECTRUM für das Management von Sammlungen. Darüber hinaus veranstaltet der Collections Trust jährlich die Konferenz OpenCulture, die als das Herzstück der Tätigkeiten gilt. Konferenz und angeschlossene Messe dienen dem direkten Austausch zwischen Kultureinrichtungen sowie Kreativen aus Dienstleistung und Industrie. Auf der diesjährigen OpenCulture (London, 2.-3. Juli 2013) werden u.a. die CT Awards in drei Kategorien vergeben.

Informationen: www.collectionstrust.org.uk/

Redaktion

Collections
Trust



BUNDESWEITER AKTIONSTAG »KULTURELLE BILDUNG«

Rund um den 21. Mai 2013 finden unter diesem Motto Aktionen, Veranstaltungen, Diskussionen, Konzerte, Tage der offenen Tür, Ausstellungen, Demonstrationen und vieles andere mehr statt.



KULTURSTIMMEN.DE

dass es für Museen, Archive und Bibliotheken keine explizite Brandschutzvorschrift gibt?

In Deutschland ist der Brandschutz von Gebäuden nicht bundeseinheitlich geregelt. Vielmehr basieren die entsprechenden Vorgaben auf dem Bauordnungsrecht der Länder, das vor allem zwischen Standard- und Sonderbauten unterscheidet. Während für Standardbauten konkrete Maßnahmen und Forderungen



Keine Zündquelle! Kein Brand! Foto: Marco Schmöller

definiert sind, können die Vorgaben für Sonderbauten variabel sein und je nach Schutzziel höhere oder niedrigere Forderungen beschreiben. Zu dieser Gruppe zählen z.B. Hochhäuser, Hotels oder Verkaufs- und Versammlungsstätten. Dagegen gibt es für Museen, Archive und Bibliotheken keine besonderen Regelungen oder Vorschriften aus bauordnungsrechtlicher und damit brandschutztechnischer Sicht.

Brandschutz ist Mindestschutz

Brandschutz ist Bauordnungsrecht und damit primär Personen- und Nachbarschaftsschutz. Entsprechend bieten die Mindestvorgaben nur bedingt Schutz für mobile oder immobile Kulturgüter. Während der formelle Teil des Bauordnungsrechts vorgibt, welche Inhalte ein Brandschutzkonzept aufweisen soll (Aus-

sagebreite), ist das Forderungs- und Handlungsspektrum der konkret zu treffenden Maßnahmen hinsichtlich der Aussagetiefe nahezu unbegrenzt, d.h. man ist dem Brandschutzplaner förmlich „ausgeliefert“. Das Fehlen bauordnungsrechtlich-materieller Handlungsleitlinien für den Brandschutz ist ambivalent: Während einige Planer sich über weniger Bürokratie und freies, an konkreten Schutzziele orientiertes Planen und Bauen freuen, fühlen sich andere verunsichert und vom Gesetzgeber allein gelassen und „hangeln“ sich dann doch lieber 1:1 anhand der formalen Bauordnungsvorgaben für Standardbauten durch den Planungsprozess.

Und was ist nun mit den Kulturbetrieben?

Eine Brandschutzvorschrift für Museen gibt es nicht. Auch die Versammlungsstättenverordnung (VStättV), die vor allem für Theater u. ä. Einrichtungen gilt, schließt dem Grunde nach die Bewertung von Museen im Anwendungsbereich explizit aus. Wenn jedoch bestimmte Bereiche eines Museums planmäßig, also bauordnungsrechtlich bestimmungsgemäß dem gleichzeitigen Aufenthalt von mehr als 200 Personen dienen (z.B. Vortragsräume oder Foyers für Vernissagen), so gelangt man wieder ganz schnell „in die Fänge“ der VStättV. Zumindest aus brandschutztechnischer Sicht ist die Sorge vor der Anwendung dieser Verordnung jedoch unbegründet:

- Was ist so schlimm an mindestens zwei voneinander unabhängigen baulichen Fluchtwegen mit 1,20 m lichter Breite, die sowieso zu planen sind, weil Museen nicht durch die Feuerwehr zur Personenrettung angeleitet werden?
- Was spricht gegen Rauchableitungsöffnungen, die für den Einsatz der Feuerwehr verpflichtend sind?
- Was ist so schlimm an der Forderung nach einer brandmeldetechnischen Überwachung, die sich inzwischen quasi als Standard in Museumsbauten etabliert hat?

Und selbst wenn man punktuell nicht konform zur VStättV gehen kann, besteht immer die Möglichkeit einer fachlich begründeten Abweichung bzw. Erleichterung.

Gefahr für Museen, Bibliotheken und Bühnen

Deutscher Kulturrat warnt mit „Roten Listen“

Deutschland verfügt über eine hohe Dichte an kulturellen Einrichtungen. Zu den öffentlichen und privaten Kulturbetrieben zählen über 700 Theater, Opern und Bühnen, mehr als 7.000 Museen und über 10.000 Bibliotheken. Dieser Bestand ist finanziellen und personellen Sparzwängen ausgesetzt und mancher Einrichtung droht Schließung. Um ein Bewusstsein dafür zu schaffen, veröffentlicht der Deutsche Kulturrat seit Mitte 2012 sog. „Rote Listen“. In Analogie zu den bekannten „Roten Listen“ bedrohter Tier- und Pflanzenfamilien, werden Kulturinstitutionen, -vereine und -programme nach dem Grad ihrer Gefährdung vorgestellt: Stufe 4: Gefährdung aufgehoben/ungefährdet; Stufe 3: Vorwarnliste; Stufe 2: gefährdet; Stufe 1: von Schließung bedroht; Stufe 0: geschlossen.

„Unser Ziel ist es, den Verantwortlichen bewusst zu machen, wie wichtig diese Einrichtungen gerade für die Menschen in der Region sind“, so Olaf Zimmermann, Geschäftsführer des Deutschen Kulturrats. „Weil niemand gern auf so einer Liste steht, fängt oft schon bei den Vorgesprächen die Rettung der Institutionen an.“ Auf den aktuellen Listen stehen z.B. die Stadtbibliothek Essen und die Opernhäuser Köln und Bonn.

Alle zwei Monate wird die Situation überprüft, um positive oder negative Veränderungen der Gefährdung aufzuzeigen. Die Aufnahme in die „Rote Liste“ ist ein Signal, aber kein Garant für Rettung. So wurde z.B. die im September/Okttober 2012 gelistete Stadtbibliothek Calbe (Sachsen-Anhalt) im vergangenen Dezember geschlossen.

Der Deutsche Kulturrat e.V. (gegr. 1981, Sitz: Berlin) ist der Ansprechpartner der Politik und Verwaltung des Bundes, der Länder und der Europäischen Union. Sein Ziel ist es, bundesweit spartenübergreifende Fragen in die kulturpolitische Diskussion auf allen Ebenen einzubringen.

Quelle: Leipziger Volkszeitung, 3. April 2013
Informationen: www.kulturrat.de

Redaktion

Auf den Einzelfall kommt es an

Brandschutz sollte stets individuell, objektkonkret und schutzzielorientiert als ganzheitlicher Ansatz gedacht und realisiert werden. Um im oben beschriebenen Sinne frei nach der Maßgabe „Hauptsache sicher“ verfahren zu können, bedarf es natürlich auch eines entsprechenden fachlichen Gegenübers auf der Genehmigungsseite. Hier ist der vernünftige Umgang mit den Rechtsvorschriften im Hinblick auf die Auslegung für vom Standardfall abweichende Objekte wünschenswert und notwendig. Je zeitiger ein Brandschutzfachplaner an dem Gesamtplanungsprozess beteiligt ist und je eher der Nutzer seine konkreten Nutzungsspezifika erläutert, desto detaillierter, variantenreicher und sicherer kann eine zukunftsfähige und nachhaltig sinnhafte Brandschutzplanung sein. Egal ob es ein Gesetz hierfür gibt oder nicht.

Marco Schmöllner

IBB Ingenieurbüro Bautechnischer Brandschutz

Marco Schmöllner, Inhaber, Dipl.-Ing. (FH)

Pölitzstraße 25, 04155 Leipzig

Tel 0049 | 341 | 58617-60

Fax 0049 | 341 | 58617-66

E-Mail ibb@schmoeller-brandschutz.de

Twittern im Museum



Twittern aus dem Tweetup im Jüdischen Museum München, 2013

Der Tweetup boomt. In immer mehr Städten wie München, Frankfurt, Berlin, Hamburg oder Dresden treffen sich Twitterer in Kultureinrichtungen und berichten über entsprechende Veranstaltungen im Museum, Archiv, Theater oder Oper. Der Erfolg macht deutlich, dass dieses neue Format funktioniert und immer mehr Menschen Spaß und Gewinn daran haben, eine Kulturerfahrung auch digital zu begleiten.

Wie funktioniert ein Tweetup?

Im Museum wird ein Tweetup in der Regel in Absprache mit der Institution und im Rahmen einer exklusiven Führung durchgeführt. Die Twitterer und Blogger folgen dabei einem Museums-guide auf einer besonderen Route, die auch schon einmal in sonst verschlossene Bereiche des Hauses führt. Zudem dürfen sie in der Regel fotografieren und kommunizieren live mit dem eigenen Smartphone oder Tablet-PC mit einer internationalen Community, die der Veranstaltung im digitalen Raum via Twitter folgt. Technisch ist das über ein vorher verabredetes Schlagwort, einen sog. Hashtag, möglich, der allen ausgehenden Tweets beigegeben wird und die Microbloggings dadurch im raschen Strom der internationalen Kurznachrichten greifbar macht. Zudem wird für alle Nicht-Twitterer eine sog. Twitterwall geschaltet (Beispiel: <http://imt13.tweetwally.com/>), die alle verschickten Tweets auf einer Website abbildet. Bei einer Führung, der vor Ort 60 Twitterer folgen, sind dann schon einmal 170.000 externe Mitleser via Twitter dabei.

In den (vielfach multilingualen) Tweets der Zuhörer verdichten sich die Worte der Museumsmitarbeiter und die subjektiven

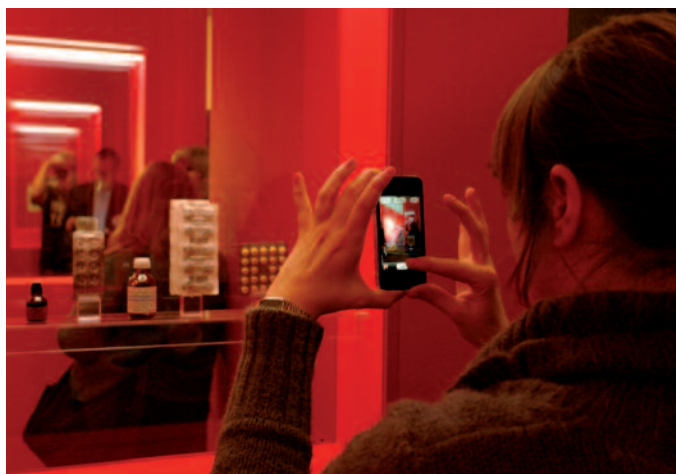
Wahrnehmungen des Publikums über Inhalte, Konturen und Atmosphäre eines Museums. Die Kurznachrichten potenzieren die Relevanz einer Ausstellung oder Führungslinie in den digitalen Raum. Das funktioniert bei einfachen Themen wie dem 100. Geburtstag eines Künstlers (Villa Stuck, München) genauso gut, wie bei abstrakteren Ansätzen wie der Emigration russischer Juden nach dem zweiten Weltkrieg (Jüdisches Museum, München). Dabei sind die Tweetups nicht an ein Museum gebunden, sondern ermöglichen Kontextualisierungen über einen Ort hinaus: So kommunizierten zu Weihnachten 2012 Twitterer aus der Krippensammlung im Bayerischen Nationalmuseum simultan mit einer Truppe im Krippenmuseum in Mindelheim über Fatschenkinder oder venezianische Krippenschnitzer. Und da die Initiativen primär vom twitternden Publikum getragen werden, ist das Format für kleine Institutionen genauso viel versprechend wie für große Häuser. Zum Internationalen Museumstag am 12. Mai 2013 ist der erste bundesweite Tweetup in deutschen Museen (Hashtag: #IMT13) geplant.

Multiplizierte und 'inszenierte' Kommunikation

Wenn das Museum mit der Ausstellung eine Geschichte zu erzählen hat, wirken die Tweets wie Multiplikatoren und transportieren die auf max. 140 Zeichen beschränkten Botschaften in eine narrative Welt. Das Smartphone oder der Tablet-PC funktioniert dabei als Medium einer subjektiven digitalen Bestandsaufnahme und kognitiven Dokumentation. Über das „gesharte“ Foto belegt das Publikum auf sozialen Plattformen wie Twitter, Instagram oder Flickr die eigene Wertschätzung und bemüht die eigene Kontextualisierung eines Objekts oder Themas innerhalb der jeweiligen Community. Die formalen Eigenheiten eines Tweets neigen dabei gleichzeitig zum Wesentlichen, wie sie auch das Überflüssige produzieren. Und grundsätzlich scheint zu gelten: Je mehr Twitterer am Event teilnehmen, umso intensiver und leidenschaftlicher wird der Dialog.

Als „inszenierte Kommunikation“ ist der Tweetup ein Akt der Verständigung. Dieser dient naturgemäß dem Austausch von Gedanken und Gefühlen. Dabei hat der Event durchaus eine eigene „Dramaturgie“, d.h. einen Ablauf mit Opening, Mittelteil, Höhepunkten unterschiedlicher Intensität und schließlich einem Finale. Und es gibt ganz sicher auch Regeln für den erfolgreichen Tweetup. Wer im digitalen Raum bereits ein Publikum hat (vor allem bei Twitter und Facebook) und dieses für seine Aktio-

nen aktivieren kann, hat eine günstige Ausgangslage. Idealerweise schickt der Veranstalter aber auch einen Moderator in den Tweetup, der nicht nur eine eventuelle Diskussion moderieren, sondern auch mit vorbereiteten Tweets steuern und Fragen externer Teilnehmer beantworten kann. Für die Twitterer vor Ort ist so ein Event Erlebnis und Anstrengung gleichzeitig – schließlich hört man nicht nur der Führung zu, sondern involviert sich und stellt aktiv Bezüge zwischen der narrativen und der eigenen Welt und Wahrnehmung her.



Tweet aus dem Tweetup im Museum Villa Stuck München, 2013

© Kulturkonsorten

Und wer sich nicht selber traut, der holt sich professionelle Hilfe für die Planung und Umsetzung eines Tweetup ins eigene Haus – wie „Kulturkonsorten“ in München (www.kulturkonsorten.de) oder „KultUp“ in Frankfurt (www.kultup.org).

Christian Gries

Janusmedia. Digitale Kommunikation

Dr. Christian Gries

Siegesstraße 8, 80802 München

Tel 0049 | 89 | 38102927

E-Mail christian.gries@janus-media.de

www.janus-media.de

Verwendete Kürzel und technische Begriffe

Blog (eigentlich Weblog, Mischform aus engl. world wide web und logbook) ist ein öffentlich einsehbares (Online-) Tagebuch, in dem mindestens eine Person (Blogger) Beiträge zu bestimmten Themen verfasst. Diese werden in absteigender Chronologie gespeichert.

Flickr (engl. flick through something = etwas durchblättern oder flimmern) ist ein Web-Portal, mit dem digitalisierte Bilder sowie kurze Videos in das Internet gestellt und kommentiert werden können. Nach eigenen Angaben befinden sich seit August 2011 mehr als sechs Milliarden Bilder auf der Plattform des 2002 gegründeten Unternehmens.

Hashtag (Mischform aus engl. hash = Doppelkreuz („#“) und tag = Markierung) ist eine Zeichenreihe mit vorangestelltem „#“, die in sozialen Netzwerken der Verschlagwortung dient und die Suche nach relevanten Themen erleichtert.

Instagram ist eine kostenlose Applikation (App) für iOS- und Android-Mobilgeräte, mit der Fotos erstellt, bearbeitet und in sozialen Netzwerken verbreitet werden können.

Tweet (engl. Zwitschern) ist eine Kurznachricht, die max. 140 Zeichen haben darf. Autoren sind Twitterer, Leser, die Beiträge eines Twitterers abonniert haben, sind Follower (engl. follow = folgen).

Microblogging ist eine Form des Bloggens, bei der die Nutzer kurze Textnachrichten (meist weniger als 200 Zeichen) veröffentlichen. Die Nachrichten können z.B. über SMS, E-Mail oder das Web erstellt und abonniert werden.

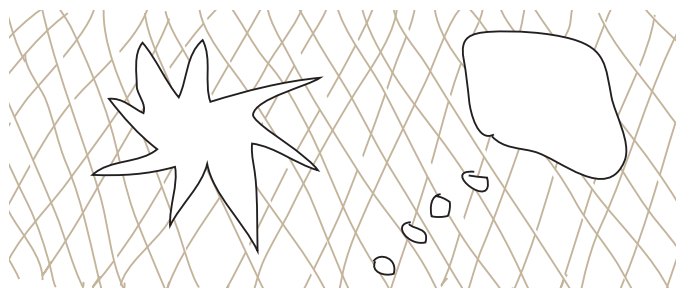
Tweetup (Mischform aus engl. Tweet = Zwitschern und meetup = arrangiertes informelles Treffen). Ein Tweetup kann Personen, die sich ansonsten nur virtuell kennen, real zusammen führen.

Twitter (engl. Gezwitscher) ist eine Plattform zum digitalen Austausch von Informationen in Echtzeit. Privatpersonen sowie Organisationen und Unternehmen nutzen das internetbasierte Medium zur Kommunikation oder als soziales Netzwerk. Nach eigenen Angaben hat das Unternehmen (gegr. 2006) monatlich rund 485 Millionen Nutzer (Stand Ende 2012). In Deutschland gibt es derzeit ca. 825.000 Twitteraccounts.

Twitterwall (engl. Zwitscherwand) ist eine ergänzende Funktion von Twitter, an die oder auf der Tweets zu einem zuvor festgelegten Hashtag projiziert werden, sodass sie von allen Teilnehmenden synchron gelesen und kommentiert werden können.

Ich habe Kontakt, also bin ich

Warum Vernetzen kein Selbstzweck ist, oder: Über das Denken und Handeln in Netzwerken



In den letzten Jahren hat sich so etwas wie eine Vernetzungs-Revolution entwickelt. Jeder ist scheinbar mit jedem vernetzt und je mehr Freunde und Kontakte wir haben, desto glücklicher sind wir. Trotzdem sollten wir uns überlegen, warum wir das tun und mit wem. Und wir sollten uns überlegen, wie man sich vernetzt.

Das Ende der vernetzten Nabelschau

In vielen Institutionen zeigt sich, dass weniger die Besucher oder Kunden, als vielmehr die Kollegen anderer Institutionen die primäre Zielgruppe digitaler Kommunikation sind. So haben z.B. viele Bibliotheken die Mitarbeiter anderer Bibliotheken als Fans oder Follower. Ähnliches gilt für Museen oder Theater. Weshalb dieser große Aufwand, um diejenigen zu informieren, die doch gar nicht unsere Besucher sind? Wollen wir nicht neue Gruppen erreichen? Betreiben wir gar eine „digitale Inzucht“? Ja und Nein.

Vor allem Berufsgruppen, die der digitalen Welt eher skeptisch begegnen, richten sich gerne inhaltliche Komfortzonen ein. Facebook-Seiten von Bibliotheken werden zu Bücheroasen, als gäbe es nicht andere und gleichberechtigte Medien wie Computergames, Blogs, Youtube-Videos oder eBooks. Museen preisen ihre traditionelle Deutungshoheit und Theater beschreiben auf Facebook, warum Twitter nichts im Theater zu suchen hat. Dies gilt auch für kommerzielle Unternehmen wie z.B. Buchverlage, bei denen man mitunter den Eindruck hat, dass sie nichts mit der digitalen Welt zu tun haben wollen. Um sich abzugrenzen und die eigene berufliche Identität zu bewahren, vernetzt man sich – ganz im Sinne einer Wagenburgmentalität – mit Gleichgesinnten in einer digitalen, letztlich jedoch scheinbaren Komfortzone. Die digitale Welt ist anders, größer, beweglicher. Sie ist keine weitere Werbeplattform, sondern eine Welt voller Optionen – wenn ich mich darauf einlasse.

Ihr seid nicht vernetzt!?

Vernetzung sollte auf einen Mehrwert gerichtet sein, aber die meisten Institutionen sind alles andere als gut vernetzt. So gibt es z.B. für öffentliche Bibliotheken viele Möglichkeiten der Vernetzung, sowohl in der realen als auch in der digitalen Welt. Es

gibt Konferenzen, Verbände, Fachmagazine, Mailinglisten etc. Auf den ersten Blick ist alles in Ordnung, auch wenn auffällt, dass Vernetzung zumeist auf Leitungsebene der Institutionen stattfindet. Die Erfahrung zeigt, dass die (reale und digitale) Vernetzung von Teams einen größeren Mehrwert bringt, damit Wissen von einer Gruppe erschlossen und weiterentwickelt werden kann.

Vor einiger Zeit hatte ich ein Gespräch mit dem Leiter einer öffentlichen Bibliothek, die ich auf dem Weg in die digitale Welt begleite. Er erzählte, dass er anfangs sehr skeptisch war. Warum sollte seine Institution z.B. eine eigene Facebook-Seite haben? Welcher Mehrwert könnte daraus für eine Bibliothek entstehen? Seine erste Idee war es, in kurzer Zeit viele neue Nutzer für die Bibliothek generieren zu können. Aber nach einem Jahr zeigte sich, dass dies so nicht funktionierte. Trotzdem war er sehr zufrieden, denn er hatte damit begonnen, andere Facebook-Seiten anderer Bibliotheken zu liken. Dadurch konnte er zum ersten Mal sehen und verstehen, was seine Kollegen in anderen, mitunter benachbarten Bibliotheken und Institutionen tun, mit deren Leitungen er doch so gut vernetzt ist! Facebook verschaffte ihm einen anderen, neuen Blick auf die Arbeit seiner Kollegen und er konnte lernen.

Lerne Dein Wissen zu teilen – auch ungefragt

Öffentliche Bibliotheken betreiben ein eigenes Diskussionsforum, das sog. ForumOEB. Die Idee ist einfach: Nach Anmeldung bei der Mailingliste geht eine E-Mail, die ich schreibe, an alle eingetragenen Mitglieder. Das klingt ziemlich nach Web 1.0, oder? Was auf ForumOEB gut funktioniert, ist die gegenseitige Hilfe: Ein Mitglied formuliert ein Anliegen (z.B. eine rausgerissene Seite aus einem Buch, eine fehlende Bedienungsanleitung oder die Suche nach einem Autor für eine Lesung) und bekommt dann zumeist Hilfe von den anderen Mitgliedern. Was jedoch selten stattfindet, ist die Umkehrung: Das ungefragte Mitteilen von Erfahrungen und Lösungen. Aber genau das wäre Vernetzung 2.0! Selbst wenn das Thema eine Vielzahl der Mitglieder nicht betrifft – dies gilt auch für das klassische „Alarm, I need help!“ –, kann die Information den Horizont aller Mitglieder erweitern. Es geht also nicht nur um die Lösung von Problemen,

Social Media für Kulturbetriebe

sondern auch um den Austausch von Erfahrungen und die gegenseitige Inspiration. Man kann darüber streiten, ob eine Mailingliste, eine Community, ein Wiki oder ein Blog das geeignete Medium ist, entscheidend ist, was wir mit der jeweiligen Plattform machen. Dann ist es letztlich egal, mit wem man sich vernetzt.

Bleibt die Frage, wie managen wir das? Wie können wir wirklich interdisziplinäre Netzwerke aufbauen? Und wie definieren wir dann einen Return on Investment?

Christoph Deeg

(Gekürzte Version eines Blogs vom 5. Februar 2013)

Verwendete Kürzel und technische Begriffe

ForumOEB (= Forum öffentliche Bibliotheken) wurde 1995 am Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen (HBZ) in Köln gegründet und dient als Diskussionsforum und Informationsmedium für öffentliche Bibliotheken.

Liken (engl. like = mögen) einen Artikel, ein Foto oder einen Beitrag auf Facebook mit einem Klick auf den Like-Button für gut befinden.

Kulturbeutel

Social Media Management – Kulturmanagement – Gamification

Christoph Deeg

Sedanstraße 5, 12167 Berlin

Tel 0049 | 157 | 3808447

E-Mail christoph.deeg@googlemail.com

Das gute, alte Gästebuch ist durch nichts zu ersetzen, sollte aber durch neue Kommunikationstechnologien erweitert werden. Social Media können für Museen, Archive und Bibliotheken von vielfachem Nutzen sein. Im Umgang mit dem Publikum sind drei große Anwendungsbereiche zu unterscheiden:

- **Kommunikation**
Informationsaustausch sowie Marktforschung und Reputationsmanagement z.B. über Weblogs, Microblogs (u.a. Twitter), Social Networks (z.B. Facebook) oder Content Communities wie YouTube, Flickr und Vimeo
- **Beschaffen finanzieller Mittel**
Beim sog. Crowdfunding trägt ein (größerer) Schwarm von Usern zu der Finanzierung eines Projektes bei und erhält eine zuvor vereinbarte Gegenleistung.
- **Beschaffen von Know-how und Material**
Nach dem Prinzip der „Weisheit der Vielen“ tragen freiwillige User Informationen zusammen (Crowdsourcing). Ausgewählte Objekte aus Museen und Archive werden ins Netz gestellt, um diese mit externer Hilfe zu identifizieren. Den umgekehrten Weg gehen die europäische Digitalbibliothek Europeana und die Deutsche Nationalbibliothek: Bis 2014 sollen Fotografien, Bücher und Dokumente rund um den Ersten Weltkrieg gesammelt und zugänglich gemacht werden. Bislang umfasst das virtuelle Archiv (www.europeana1914-1918) weit über 27.000 Bilddateien.

Weiterführende Literatur (Auswahl)

- Alby, Tom: Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien, München 2008
- Günter, Bernd; Hausmann, Andrea: Kulturmarketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2012
- Hettler, Uwe: Social Media Marketing, München 2010
- Janner, Katrin; Holst, Christian; Kopp, Axel (Hrsg.): Social Media im Kulturmanagement, Heidelberg 2011
- Weinberg, Tamara: Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co, Köln 2010

Redaktion

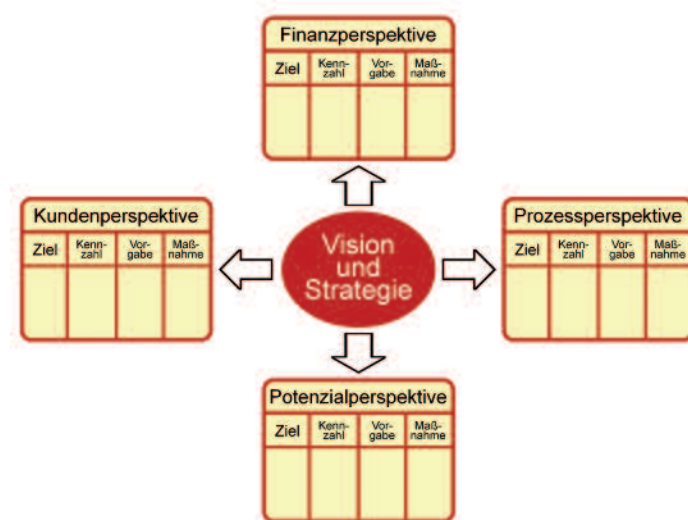
Erfolgsmessung von Social Media-Aktivitäten

„Was kostet mich das?“ „Was bringt mir das?“ Zwei der häufigsten Fragen im Zusammenhang mit der Einführung oder dem Ausbau von Social Media-Aktivitäten. Der Return on Investment (ROI) ist eine mögliche betriebswirtschaftliche Antwort auf diese Fragen – aber ist er auch die richtige Antwort?

Return on Investment

Der ROI stellt Verhältnisse von (Kenn-) Zahlen zueinander dar (z.B. Investitionsvolumen und Erlöse) und drückt das Ergebnis als weitere Zahl aus, die in Prozenten dargestellte Verzinsung (= Return) des eingesetzten Kapitals (= Investment).

Der Erkenntnisgewinn hält sich in Grenzen – es sei denn, das oberste Unternehmensziel wäre die Steigerung der Rendite, also primär auf Zahlen ausgerichtet. Öffentliche Kulturbetriebe aber verfolgen überwiegend nichtmonetäre Hauptziele, finanzielle Aspekte sind „nur“ Mittel zum Zweck. Ganzheitliche Erfolgsmessung kann der ROI nicht leisten – eine BSC (Balanced Scorecard) hingegen bietet sich dafür an!



Schema einer Balanced Scorecard

© GNU FDL, Quelle: Wikipedia (28.03.2013)

Braucht man Social Media?

Ja, sicher. Die Frage, die anzuschließen wäre, lautet: „Wozu?“ Social Media-Auftritte werden grundsätzlich benötigt, weil die mediale Landschaft sich verändert. Wer auf Kommunikation angewiesen ist, aber nicht innoviert, der riskiert seine Existenz. Sagen auch große Ökonomen wie Joseph Schumpeter (1883-1950) und Peter Drucker (1909-2005). Schwieriger wird es bei der Frage nach dem „wozu“. Die allgemeine Antwort darauf ist, das Unternehmensziel (effizienter, schneller ...) zu erreichen.

Konkrete Antworten sind aber, ganz besonders im Nonprofit- und im Kultorsektor, höchst komplex. Denn selten nur sind die Ziele klar durchdacht und formuliert, z.B. in Form eines präzisen Leitbildes oder Mission Statements. Ziele haben immer mit Zielgruppen zu tun, müssen außerhalb des Unternehmens liegen, müssen Erfüllung eines Zwecks, der Grund für die Existenz des Unternehmens sein. Diese Ziele für ein Museum oder Theater

klar zu formulieren und so weit zu operationalisieren, dass ihre Erreichung gemessen werden kann, ist eine große Herausforderung. Aber erst wenn es ein Zielsystem gibt, ist z.B. mit Balanced Scorecards (BSC) der Zielerreichungsgrad und somit der Erfolg messbar. Erst dann wird sichtbar, was Social Media bringen – auch für die weiteren Perspektiven der BSC, die ja auch Finanzziele umfasst.

Was kostet mich Social Media?

Eine oft gestellte Frage, die meist auf Geld abzielt. Gut, aber zu kurz gegriffen. Denn Social Media wie auch Initiativen zur Erfolgsmessung kosten zwar Geld, in der Regel aber mehr Zeit. Diese ist natürlich ein kostbares Gut und nur verfügbar, wenn sie das Management anbietet: Klare Zielorientierung und gutes Ressourcenmanagement verhindern, dass Tätigkeiten ausfransen und Zeit zur Erfüllung der Kernaufgaben bleibt.

Die Frage nach den Kosten kann auch umformuliert werden: „Was kostet es, auf Social Media zu verzichten?“ Im besten Falle „nur“ Geld, darstellbar über die Opportunitätskosten, d.h. entgangene Erlöse, die dadurch entstehen, dass vorhandene Möglichkeiten nicht genutzt werden. Im schlechtesten Falle kostet der Verzicht auf Social Media jedoch die wirtschaftliche Existenz.

Was ist eine BSC und wie messe ich damit Erfolg?

Eine Balanced Scorecard (übersetzbar etwa mit: ausgewogener Berichtsbogen) ist ein Konzept zur Messung, Dokumentation und Steuerung der Aktivitäten eines Unternehmens bzw. einer Organisation. Sie enthält Planungs- und Steuerungstools, die in stark aggregierter Form Kennzahlen darstellen und in Beziehung bringen. Die vier Bereiche „Finanzen“, „Kunden“, „Pro-

zesse“ und „Mitarbeiter/Wissen“ (oder auch andere bzw. zusätzliche) werden in Zusammenhänge von Ursache und Wirkung gebracht, um einzelne Maßnahmen wie z.B. ein Social Media-Engagement in Verbindung mit dem gesamten Unternehmenserfolg zu bringen. Kurz gesagt: Eine BSC bricht die Strategie in Unterziele für jeden der vier erwähnten Bereiche herunter. Dazu werden die Ziele als Kennzahlen quantifiziert und Plangrößen sowie verantwortliche Personen festgelegt. Schließlich werden Aktionen zur Erreichung der Planwerte definiert und laufende Soll-Ist-Vergleiche durchgeführt.

Ohne Vision und Strategie geht es nicht

Die große Herausforderung am Weg zu einer ganzheitlichen Erfolgsmessung liegt aber viel früher: In der Festlegung von Strategie, Leitbild, Mission und Vision. Nur wer weiß, was er für wen tut (vgl. den großartigen Peter Drucker), der kann Erfolge messen.

Es gibt für BSCs keine Standardlösung, da es auch keine Standardstrategien gibt. Jedes Unternehmen und sei es ein "kleiner" Kulturbetrieb, sollte unter Einbeziehung genügender zeitlicher Ressourcen und vor allem der MitarbeiterInnen aller Ebenen durch den Prozess der Erstellung und Einführung von Balanced Scorecards gehen. Gelingt dies und damit verbunden die operative Umsetzung der Strategie, dann wird der Beitrag von Social Media zum Erfolg des gesamten Unternehmens direkt sichtbar. Eine isolierte ROI-Betrachtung kann nie so ganzheitlich und aufschlussreich sein!

Weiterführende Literatur

Peter F. Drucker, Die fünf entscheidenden Fragen des Managements, Weinheim 2009

Michael P. Schermann, Managementinformationssysteme. Praxisgerechte Steuerungstools auf Basis der Balanced Scorecard, Wien 2007

Roland Fiege, Social Media Balanced Scorecard. Erfolgreiche Social Media-Strategien in der Praxis, Heidelberg 2012

Stefan Parnreiter-Mathys

Kultur- und NPO-Management

Mag. Stefan Parnreiter-Mathys, M.A., lebt und arbeitet als Kulturmanager in Wien und bloggt seit Anfang 2013 zum Thema.

Leegasse 8/2, 1140 Wien / Österreich

E-Mail stefan@interferenz.at

www.stefanparnreitermathys.wordpress.com

Akademische Ausbildung in Sachen Facebook, Twitter & Co.

Zum Sommersemester 2013 ist an der Hochschule Anhalt in Bernburg (Sachsen-Anhalt) der erste Masterstudiengang Online-Kommunikation in Deutschland gestartet. Ziel des Studiums ist es, den Studenten theoretisches Wissen und praktische Kenntnisse zum beruflichen Umgang mit der Online-Kommunikation zu vermitteln. Zugelassen werden Studenten, die schon einen Bachelor in Wirtschafts- oder Kommunikationswissenschaften vorweisen können.

Informationen: mok.wi.hs-anhalt.de/

Social Media: Was, wer, wie?

Social Media sind ein vielschichtiges Phänomen und für viele ein Buch mit sieben Siegeln. Der nun neu aufgelegte „Leitfaden Social Media“ von BITKOM will helfen, Chancen und Risiken seriös abzuwägen. Experten und Praktiker informieren über Handlungsfelder, Zielgruppen, Erfolgsmessung, Checklisten, Best-Practice-Beispiele u.v.a.

BITKOM. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., 2., erw. Aufl., 65 S., 2012.

Kostenloser Download: [www.bitkom.org/files/documents/LeitfadenSocialMedia2012\(1\).pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/LeitfadenSocialMedia2012(1).pdf)

Der Return on Investment (ROI) und Social Media: Passt das zusammen?

Die Zahl der Kulturbetriebe, die auf Facebook, Twitter und all den anderen Kanälen vertreten sind, ist in den letzten zwei Jahren stark angestiegen. Viele Verantwortliche spüren, dass sie am Thema Social Media nicht mehr vorbeikommen, wissen aber nicht, wie sie es am besten nutzen. Von allen Seiten hören sie zwar, wie wichtig die Kommunikation im Social Web sei, aber auf die Frage, was es denn nun wirklich bringe, erhalten sie meist nur ausweichende Antworten. Für jemanden, der mit einem ständig knapper werdenden Budget arbeiten muss, ist das keine große Hilfe und so wird Social Media auf der Führungsebene häufig eher geduldet als aktiv betrieben, Investitionen bleiben aus.

Die Herausforderung besteht also darin, die Führungsebene in den Kulturbetrieben davon zu überzeugen, dass Social Media für deren Zukunft von strategischer Bedeutung ist. „Solange wir nicht die Politik und die Leitungsebenen der Institutionen und Organisationen überzeugen, können wir nichts erreichen,“ schreibt Christoph Deeg.¹ Christian Holst konstatiert eine „erstaunliche Diskrepanz (...) zwischen der Begeisterung und dem Ideenreichtum, mit der Einzelne sich den Social Media-Aktivitäten einer Einrichtung widmen und der praktisch nicht vorhandenen ‘Management attention’ für dieses Thema.“²

Wie aber soll das funktionieren, wenn wir uns bei der Frage, was Social Media denn nun konkret bringe, meist bedeckt halten? Ist es nicht so, dass sich Chefs nur dann überzeugen lassen, wenn sie wissen, zu welchen Ergebnissen ihre Investitionen führen? Aber weil es diese quantifizierbaren Resultate nicht gibt, räumen sie dem Thema Social Media nicht die höchste Priorität ein. Warum aber wehren sich viele gegen messbare Ergebnisse, warum lehnen sie den Return on Investment (ROI) ab? Was verbirgt sich eigentlich hinter diesem Begriff? Wikipedia beschreibt ihn als „ein Modell zur Messung der Rendite einer unternehmerischen Tätigkeit, gemessen am Gewinn im Verhältnis zum eingesetzten Kapital.“³ Mit seiner Hilfe kann man aber auch errechnen, ob sich ein bestimmtes Einzelinvestment gelohnt hat, z.B. die Ausgaben für Marketingaktivitäten.

Ist Rechnen im Social Web erlaubt?

Im Kunst- und Kulturbereich schrillen an dieser Stelle meist die Alarmglocken, denn, so eine weit verbreitete Ansicht, im Kunst- und Kulturbereich sollte der finanzielle Aspekt nicht überwiegen, vor allem im Fall von Einrichtungen, die mit öffentlichen Mitteln gefördert werden.

Aber mit so etwas wie dem ROI zu arbeiten, heißt nicht, dass aus einem subventionierten Haus eine kommerziell ausgerichtete Goldgrube wird. Auch wer nicht auf Gewinn aus ist, muss mit den begrenzten Mitteln sorgsam umgehen, um weiter kultur- und sinnstiftend wirken zu können. Es gilt abzuwägen, ob sich eine Investition lohnt oder nicht. Das trifft auch für den Social Media-Bereich zu. Facebook & Co sind Instrumente, die bei der Umsetzung einer Strategie zum Einsatz kommen können, z.B. im Marketing. Auf dieser übergeordneten Ebene ist es wichtig zu wissen, ob sich die Investitionen in die geplante Kampagne lohnen. Das heißt, es gilt die Frage zu beantworten, ob die Strategien, mit deren Hilfe Einnahmen in einer bestimmten Höhe erzielt werden sollten, auch wirklich aufgegangen sind.

Damit ist klar: Der ROI lässt sich nicht vorab, sondern erst im Nachhinein bestimmen. Und das nur auf einer übergeordneten, wenn man so will, aggregierten Ebene. Natürlich gibt es darüber hinaus etliche Kennzahlen oder Leistungsindikatoren. Aber es gilt erst herauszufinden, ob sie überhaupt in das Konzept und die Strategie hineinpassen. Idealerweise bilden sie die möglichen Wege ab, auf denen Interessenten zu Besuchern werden.

Wer mit begrenzten Ressourcen auskommen muss, kommt um dieses Wissen nicht herum. Ob Marketing, PR oder Vertrieb, die



Interessenten werden zu Besuchern

© Christian Henner-Fehr

Innovative Bibliotheken gesucht

eingesetzten Geldmittel müssen sich rechnen, ansonsten müssen andere Wege gefunden werden, um die angestrebten Ziele zu erreichen.

Den Social Media-ROI gibt es nicht

Während ich auf dieser übergeordneten Ebene sehr wohl den ROI berechnen kann, da hier den Ausgaben Einnahmen gegenüberstehen, funktioniert das bei den Social Media-Aktivitäten nicht. Wir haben es hier mit immateriellen Auswirkungen zu tun, wie Olivier Blanchard in seinem Buch „Social Media ROI“ schreibt.⁴ Eine bestimmte Anzahl von Twitter-Followern lässt sich nicht in Euro umrechnen. Aber ganz am Ende, wenn die verkauften Tickets abgerechnet werden, geht es sehr wohl um die Frage, ob sich z.B. das Investment für die Marketingkampagne gelohnt hat. Und es gilt an Hand von Leistungsindikatoren abzulesen, ob der Einsatz der verschiedenen Social Media-Tools zur Erreichung der monetären Ziele etwas beitragen konnte. Der ROI ist kein Allheilmittel, sondern Teil eines ziemlich umfangreichen Puzzles, das sich einem erst nach und nach erschließt. Auf dieser Ebene Wissen zu generieren kann kompliziert und zeitaufwändig sein. Aber die Investition lohnt sich, wenn die Ressourcen begrenzt sind.

Christian Henner-Fehr

¹ Ist Social-Media und Gaming langweilig geworden?, Christoph Deeg: <http://bit.ly/WSLyVY> (10.01.2013)

² #scmuc12: Lust und Frust der Social Media-Beauftragten, Christian Holst: <http://bit.ly/Wvrb0x> (10.01.2013)

³ Return on Investment (Wikipedia), <http://bit.ly/U80v7Q> (10.01.2013)

⁴ Social Media ROI, Olivier Blanchard, 2011

CHF Kulturmanagement

Christian Henner-Fehr lebt und arbeitet als Kulturberater in Wien. Er betreibt das Kulturmanagement Blog und ist Mitbegründer der stARTconference.

Böcklinstraße 48/9, 1020 Wien / Österreich

Tel 0043 | 676 | 7028163

E-Mail c.henner-fehr@teleweb.at

Blog <http://kulturmanagement.wordpress.com>

Twitter <http://twitter.com/kulturmanager>



Neben Archiven und Museen gehören Bibliotheken zu den zentralen kulturellen Gedächtniseinrichtungen: Über 200 Millionen Besuche pro Jahr sprechen für die Beliebtheit und die Bedeutung dieser Einrichtung für Unterhaltung und Vermittlung von Wissen und Kultur.

Um die Arbeit seiner öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken zu würdigen, hat der Freistaat Sachsen den „Sächsischen Bibliothekspreis 2013“ ausgeschrieben. Die mit 4.000 Euro dotierte Auszeichnung wird verliehen für

- herausragende und kundenorientierte Bibliotheksarbeit
- engagierte Zusammenarbeit mit Partnern
- wirksame Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- innovative räumliche Lösungen

Ein besonderer Schwerpunkt des Bibliothekspreises 2013 liegt auf der Entwicklung und Umsetzung von Konzepten, die sich mit den aktuellen demografischen Herausforderungen auseinandersetzen. Um den Sächsischen Bibliothekspreis können sich alle Öffentlichen und Wissenschaftlichen Bibliotheken Sachsens bewerben. Über die Vergabe des Preises, den das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst in Kooperation mit dem Landesverband Sachsen im Deutschen Bibliotheksverband e.V. auslobt, entscheidet eine unabhängige Fachjury. Bewerbungen müssen bis zum 31. Juli 2013 vorliegen.

Informationen

www.forschung.sachsen.de/download/Ausschreibung_Saechsischer_Bibliothekspreis_2013.pdf

Die Brüder Grimm und die sozialen Netzwerke

Landesausstellung EXPEDITION GRIMM schlägt Brücken in die Gegenwart



EXPEDITION GRIMM (im Aufbau). Die Profile der Brüder erheben sich wie ein Gebirge. Die Besucher erwartet eine spektakuläre Reise durch die Gedankenwelt der Grimms.

Als am 20. Dezember 1812 der erste Band der *Kinder- und Hausmärchen* erschien, konnten Jacob und Wilhelm Grimm nicht ansatzweise erahnen, dass sie damit den Grundstein für ihre bis heute ungebrochene internationale Popularität legen sollten. Das Jubiläum der Märchensammlung ist zu Recht Anlass für eine große Ausstellung. Doch kann dieses eine, alles überstrahlende Werk zugleich nur der Anstoß sein für eine umfassendere Beschäftigung mit dem Brüderpaar. Denn Jacob und Wilhelm hinterließen als Sprachforscher, Rechtshistoriker und Politiker weitere tiefe Spuren – und das in Zeiten massiver politisch-gesellschaftlicher Umwälzungen.

Dem Wandel der Sprache auf der Spur

Während die Brüder ihre Haltung gegenüber unterschiedlichsten Herrschaftsverhältnissen ausbilden mussten, trieben sie ihre Forschungen in erstaunlicher Kontinuität und Konsequenz voran. Allein mit der Edition des *Hildebrandlieds*, ihrer *Deutschen Grammatik* und dem *Deutschen Wörterbuch* legten sie die Grundlagen der Germanistik. Ihr Tun prägt aber nicht nur die Wissenschaft, es hat auch für den ganz alltäglichen Umgang

mit Sprache Relevanz. Die Grimms verdeutlichen uns die Geschichtlichkeit der Sprache, die sich – gleichsam als Naturphänomen – entwickelt hat und noch heute weiter entwickelt. Deshalb darf eine Ausstellung über die Brüder Grimm auch keine bloß historische Schau sein. Sie sollte Brücken in die Gegenwart schlagen und zu einer aktiven Auseinandersetzung mit den noch heute aktuellen Werken der Grimms anregen.

Die Kasseler Ausstellung bietet deshalb – neben zahlreichen Original-Exponaten – einen Erlebnisparcours. Hier sind die Besucher eingeladen, dem Grimm'schen Werk und seiner Wirkung bis in die Gegenwart zu folgen. In einer großen Landschaft, geformt aus 6,50 Meter hohen Profilen der Brüder, begeben sich die Besucher dazu auf eine Expedition durch die Gedankenwelt der Grimms. Acht Pfade führen, beginnend jeweils mit einem Hauptwerk, vom 19. hinein ins 21. Jahrhundert.

Der Ausstellungspfad zur *Deutschen Grammatik*, einem Werk, das die Veränderungen der Sprache über die Jahrhunderte untersucht, mündet in ein überdimensioniertes Smartphone. Denn Sprache wandelt sich bis heute unablässig. Die neuen Kommunikationsmedien beschleunigen diesen Prozess noch zusätzlich. Insofern soll die (natürlich spekulative) Frage, wie die Brüder Grimm wohl per SMS kommuniziert hätten, die Ausstellungsbesucher in ihrer heutigen Lebenswirklichkeit abholen. Zitiert aus Briefen der Grimms sind mögliche Übersetzungen in eine „Sprache 2.0“ gegenübergestellt.



Sprache 2.0. Wie hätten die Grimms wohl per SMS kommuniziert? Eine vielleicht nicht ganz abwegige Frage angesichts eines Forschungsinteresses, das der stetigen Veränderung von Sprache galt.

Schneller Austausch über weite Distanzen

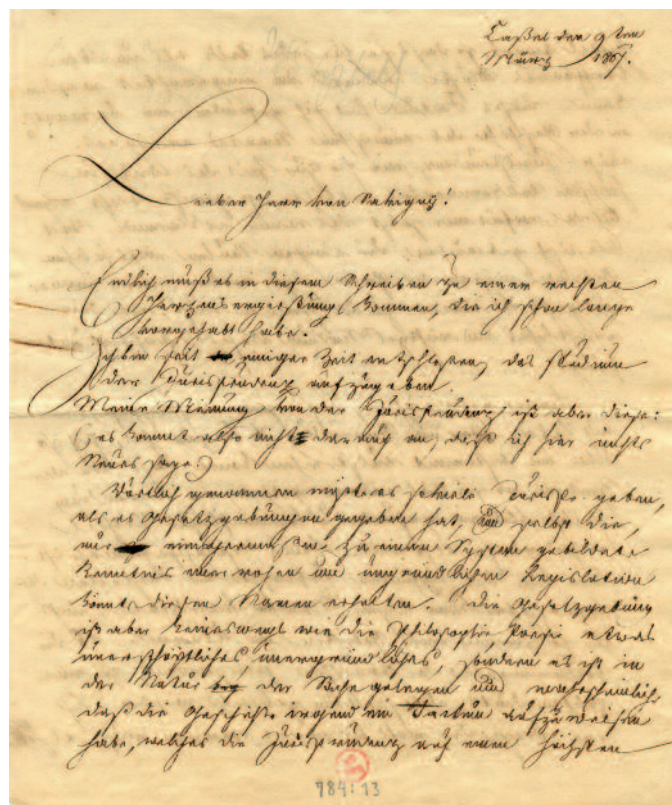
Jacob Grimms Schrift *Über seine Entlassung*, in der er seine Beteiligung an dem Protest der Göttinger Sieben rechtfertigt, steht in der Ausstellung für das politische Denken der Brüder. Um der Zensur zu entgehen, veröffentlichte er in Basel. So erreichte er ein breites Publikum und erhielt viel Zuspruch, aber auch ver-



Empört Euch! Jacob Grimm veröffentlichte seine Rechtfertigungsschrift fern der Zensur in Basel und löste eine europaweite Diskussion aus. Wäre auf Facebook daraus ein „shitstorm“ geworden?

Abb. 1-3 © expo2508, Bonn

einzelten Widerspruch. In welcher Form hätte Grimm seinen Kommentar heute verbreitet? Die „sozialen Medien“ wie Facebook oder Twitter eröffnen die Möglichkeit zur Nachrichtenverbreitung über Ländergrenzen, aber auch Zensurgrenzen hinweg. Vor allem aber lassen sie es zu, schnell auf Mitteilungen anderer mit eigenen Kommentaren zu reagieren. Eine fiktive „Gesichtsbuch“-Seite fügt Originalzitate Jacobs und seiner Mitstreiter in den Kommunikationsfluss dieses Mediums ein – Anklicken und „liken“ erlaubt. Die Brüder als „moderne Traditionalisten“ (Stefen Martus) hatten im buchstäblichen Sinn ein großes soziales Netzwerk. Sie standen im Austausch mit vielen Geistesgrößen ihrer Zeit. Sie holten sich von den Heidelberger Romantikern die Anregung zu ihrer Märchensammlung, engagierten zahllose Beiträger für ihr Wörterbuch, statteten Goethe Besuche ab und korrespondierten mit Sprachforschern in ganz Europa – wäh-



Jacob Grimm: Brief an Friedrich Carl von Savigny, Kassel, 9. März 1807. In diesem Brief an seinen Freund, Förderer und Lehrer begründete Jacob Grimm seinen Abschied von der Rechtswissenschaft und seine Hinwendung zur Sprachwissenschaft.

© Marburg, Universitätsbibliothek (Ms. 784/13)

rend sie gleichzeitig so unterschiedlichen Herrschern dienten wie dem hessischen Kurfürsten, Napoleons Bruder Jérôme und dem König von Hannover. Diesen politisch-gesellschaftlichen Kontext mit der Gegenwart kurzzuschließen, ist eines der Ziele der Ausstellung. Wenn die Besucher die Aktualität von Leben, Werk und Wirkung der Grimms bestätigt finden, dann hat die „Expedition“ ihr Ziel erreicht.

Thorsten Smidt

expo2508. Ausstellungskonzeption und -management

Dr. Thorsten Smidt, Geschäftsleiter

Riesstraße 10, 53113 Bonn

www.expo2508.de

Expedition Grimm. Hessische Landesausstellung

(27.04. – 08.09.2013)

documenta-Halle Kassel

Du-Ry-Straße 1 / am Friedrichsplatz, 34117 Kassel

www.expedition-grimm.de

Kultur im Web 2.0

Ein Kurzbericht vom LWL-Museum für Archäologie in Herne



Screenshot der Facebookseite des LWL-Museums für Archäologie (<http://www.facebook.com/LWLMuseumHerne?ref=hl>) vom 09.04.2013
© LWL-Museum für Archäologie, Herne

Soziale Medien, Web 2.0, Facebook, Twitter, Blogs und Google plus bieten auch kulturellen Institutionen die Möglichkeit, ihre Marketingstrategien den neuen Kommunikationskanälen anzupassen und sich mit dem Publikum interaktiv auszutauschen.

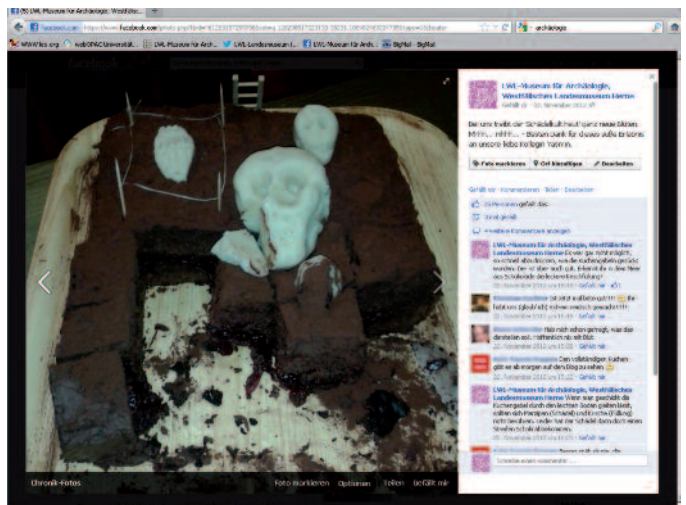
Mit der bislang erfolgreichsten Sonderausstellung „AufRuhr 1225!“ startete das LWL-Museum für Archäologie seinen Web 2.0-Auftritt als Pionier aller LWL-Einrichtungen. Seitdem hat das Museum 1803 Fans bei Facebook, 1781 Followers bei Twitter und 336 Followers bei Google plus (Stand: 09.04.2013, 9:00 Uhr).

Kosten-Nutzen-Effekt

Welche Vorteile haben Social Media für Institutionen aus dem kulturellen Sektor? Im Vergleich zu den herkömmlichen Medien, ist das Web 2.0 kostengünstig. Es hat für kleines Geld eine sehr hohe Reichweite. Die indirekten Kosten für das Personal sind zu bedenken. Das Web 2.0 bedarf der ständigen Pflege und Aktualisierung. Durch die schnellen Änderungen innerhalb der sozialen Medien ist eine Affinität der Mitarbeiter bzw. Kollegen zum Web 2.0 dringend erforderlich. Im Vorfeld sollte man sich überlegen, welche Web 2.0-Formate man bedienen kann und möchte. Sind die Aktionen eher passend für Twitter, für Facebook, Google plus oder Blogbeiträge?

Worauf es beim Post ankommt

Der Fokus der Social Media liegt beim LWL-Museum für Archäologie bei Facebook. Montag bis Freitag wird abwechselnd von vier Wissenschaftlern in der Regel zweimal täglich gepostet. Nach einigen Monaten Onlinepräsenz hat sich diese Quote bewährt. Zu viele Posts fördern die Wahrnehmung und Reaktionen der Fans und damit den Beliebtheitsgrad des jeweiligen Posts nicht. Es gibt verschiedene Faktoren, von denen der Erfolg eines Posts abhängig ist. Einige davon kann man beeinflussen, andere nicht, so z.B. geringere Onlineaktivitäten der Fans bei schönem Wetter.



Einblicke hinter die Kulissen des Museums sind bei den Facebook-Fans besonders beliebt. Die Torte hat eine Mitarbeiterin des Hauses für ihre Kollegen zur Eröffnung der Schädelkultausstellung gebacken.

© LWL-Museum für Archäologie, Herne

- Aktualität: Beiträge, die mehrere Tage alt sind, haben im Web 2.0 keine Chance. Deshalb recherchiert das LWL-Museum für Archäologie ständig aktuelle Onlineartikel und verlinkt diese auf der Facebookseite.
- Abbildungen: Soziale Medien sind visuelle Medien und noch stärker auf gute Bilder angewiesen als die Printmedien. Unabhängig vom Inhalt, haben bilderlose Verlinkungen eine schlechte Quote. Abbildungen sollten bei der Verlinkung automatisch mitgebracht werden.

- Regionalität: Verlinkungen mit Informationen aus der Umgebung kommen hervorragend bei den Fans des LWL-Museums an, während z.B. englischsprachige Posts das Nachsehen haben. Sind weder regionale noch archäologische Themen auffindbar, verknüpft das LWL-Team auch nachbarwissenschaftliche Themen aus Geschichte, Anthropologie oder Geologie.
- Zusatzinformationen: Neben den Verlinkungen zum aktuellen Geschehen aus der Kultur informiert das Museum über Sonderausstellungen, Aktionstage, Veranstaltungen und Neuzugänge im Shop.
- Exklusive Eindrücke: Besonders beliebt sind exklusive Einblicke hinter die `Kulissen` des Museums: Ein Bild von einem Kuchen, den unsere Kollegin zum Thema Schädelkult gebacken hat, hatte einen unglaublichen Erfolg!

der Link eingestellt. Diese Verknüpfungen erleichtern eine breitere Aufnahme der Nachricht und öffnen sie für neue Zielgruppen.

Fazit

Will man den neuen Kommunikationsformen und damit auch dem Zeitgeist entsprechen und als moderne Institution wahrgenommen werden, führt kein Weg daran vorbei, Teil des Web 2.0 zu werden. Das Web 2.0 gibt die Chance, zeitgemäße und kostengünstige Marketing- und Werbeaktionen durchzuführen, den Bekanntheitsgrad zu steigern sowie schnelles Feedback zu erhalten. Durch die manchmal unglaubliche (Entwicklungs-) Geschwindigkeit dieser Plattformen ist jedoch ein enormer Zeitaufwand für die Pflege und Betreuung einzurechnen.

Janina Lamowski

QR-Code als Profilbild

Pünktlich zur Eröffnung der Sonderausstellung „Schädelkult“ wurden Titelbild und Profilbild der Facebookseite dem Corporate Design der Ausstellung angepasst. Der QR-Code des Profilbildes ist nicht automatisch generiert, sondern eine raffinierte grafische Umsetzung: Passend zum Thema ist ein Schädel eingearbeitet. Das Profilbild ist bei jedem Kommentar und auch in der mobilen Ansicht der Facebookseite sichtbar. Auf diese Weise konnte die Website der Ausstellung ganz einfach und ohne viele Worte beworben werden.



QR-Code zur Ausstellung „Schädelkult“

© LWL-Museum für Archäologie, Herne (Gestaltung: Egoditor UG, Überarbeitung für Facebook: Kalus Visuelle Gestaltung)

LWL-Museum für Archäologie Westfälisches Landesmuseum Herne

Janina Lamowski, M. A., wissenschaftliche Volontärin, u. a. zuständig für Web 2.0

Europaplatz 1, 44623 Herne
Tel 0049 | 2323 | 94628-17
E-Mail janina.lamowski@lwl.org
www.lwl-landesmuseum-herne.de/blog
www.lwl-landesmuseum-herne.de
www.lwl-landesmuseum-herne.de/blog

Einfach, aber effektiv: Verlinkungen

Die Museumsleute machen sich Verlinkungen als einfaches Instrument zu Nutze: Die Posts bei Facebook werden automatisch auf Twitter verlinkt. Wird auf dem Museumsblog gepostet oder ein neues Video in den YouTube Channel (<http://www.youtube.com/user/LWLLandesmuseumHerne?feature=watch>) hochgeladen, wird auf Facebook ein entsprechen-

Archive im Web 2.0

Die Nutzung des Internets hat in den letzten Jahren eine neue Qualität bekommen: Vorbei sind die Zeiten statischer Homepages, auf denen der Seitenbetreiber lediglich Inhalte bereitstellte, die dann für jedermann abrufbar waren. Erstrebt werden heute

Möglichkeiten, die Inhalte zu kommentieren und weiterzunutzen. Informationen werden über soziale Netzwerke verbreitet, Diskussionen werden in Blogs geführt, Wissen wird in der Wikipedia gesammelt. Der Onlinehändler schlägt dem Käufer verwandte Buch- oder Musiktitel vor. Die virtuelle Fotoplattform fordert zum Teilen der schönsten

Schnappschüsse auf. Sogar eine gemeinsame Fahndung nach wissenschaftlichen Plagiaten ist über entsprechende Wikis möglich. Und überall wird Vernetzung betrieben, Vernetzung von Gleichgesinnten, Vernetzung von Informationen, Vernetzung von Interessen.

Digitaler Zugang zu Kunst und Kultur

Diese neue Art von virtueller Interaktion und Kommunikation hat den Kulturbetrieb bisher nur wenig berührt. Hier vertraute man lange darauf, dass die baulichen, die schriftlichen, die kulturellen Überreste unserer Geschichte tatsächlich an den etablierten Orten wie Archiv, Museum oder Sehenswürdigkeit genutzt werden würden. Tatsächlich aber erlaubt das Internet mittlerweile eine vielfältige Wahrnehmung von Kultur und Kultureinrichtungen auf dem rein virtuellen Wege – sei es die Lektüre digitalisierter mittelalterlicher Urkunden oder der virtuelle Rundgang durch ein Museum oder ein Schloss.

Gerade Archive sind von dieser Entwicklung besonders berührt. Beim Archivgut kann die äußere Form (z.B. Pergament) interessant sein, in den allermeisten Fällen interessiert den Nutzer aber der Inhalt der Dokumente. Für diese historischen Informationen ist der Informationsträger jedoch nur von sekundärer Bedeutung. Ob der Nutzer im Lesesaal eines Archivs eine jahrhundertalte Akte im Original einsieht oder einen Scan dieser Akte am heimischen Computer aufruft, dürfte unerheblich für sein Forschungsinteresse sein. In puncto Nutzungsfreundlichkeit jedoch bietet letztere Variante natürlich erhebliche Vorteile. Entspre-

chend laufen in den meisten Archiven gegenwärtig mehr oder weniger umfangreiche Projekte, um Archivgut in digitalisierter Form online zur Nutzung bereit zu stellen.



Facebook als Plattform für den Kontakt zwischen Archiv und Nutzern. Quelle: www.facebook.com/landesarchivnrw

Eine offene Plattform für den Diskurs

Die Digitalisierung von Archivgut ist aber nur eine Seite einer zukünftigen virtuellen Strategie von Archiven. Digitale Inhalte müssen mit den genannten Funktionalitäten der sozialen Medien verknüpft werden, um Archiven wie Nutzern einen spürbaren Mehrwert zu bieten. Diese Verknüpfung von archivischer Tätigkeit mit dem Web 2.0 firmiert in der Fachwelt unter dem Stichwort Archiv 2.0.

Einerseits spielt hier die Erwartungshaltung der Nutzer eine treibende Rolle: Warum ei-

gentlich sind Archive nicht im gewohnten virtuellen Umfeld vertreten, etwa in sozialen Netzwerken? Warum verzichten Archive auf die Kommunikation fachlicher oder historischer Informationen, etwa in Blogs oder via Twitter? Warum ist es den Nutzern nicht möglich, ihr Wissen über bestimmtes Archivgut beizusteuern und mit anderen Interessenten zu teilen? Diese Fragen werden drängender, je alltäglicher die Nutzung von sozialen Medien wird.

Andererseits eröffnen die sozialen Medien den Archiven immense Möglichkeiten zur Bewältigung ihrer originären Aufgaben. So lassen sich beispielsweise archivische Themen unkompliziert präsentieren: Spannende Dokumente aus jahrhundertlanger Geschichte, die jüngst abgeschlossene Verzeichnungsarbeit, das frisch akzeSSIONierte Behördenschriftgut, der neu angeschaffte Scanner – all das macht Arbeit und Bedeutung des Archivs transparent. Zentrale Aufgaben können vermittelt, bestimmte Archivalien und Bestände gezielt beworben werden. Über soziale Netzwerke lassen sich Interessentengruppen generieren, die gezielt und zeitnah ansprechbar sind. Es lassen sich Diskursräume schaffen, in denen der Austausch über Archivalien und deren Nutzung möglich ist. Das Teilen und Weiterverbreiten von Inhalten wird ermöglicht, seien es digitalisierte Archivalien oder online publizierte Texte. Ein konstanter Informationsfluss sorgt für eine kontinuierliche Präsenz des Archivs bei seinen Nutzern und damit für eine langfristige Bindung. Falls notwendig, kann dieser Kreis von Interessenten so-



Einbindung von Nutzern in die archivische Arbeit beim niederländischen Projekt VeleHanden. Quelle: <http://velehanden.nl/>

gar zu Unterstützern von archiv- oder kulturpolitischen Anliegen werden. Anders als bei den klassischen Medien ist die Kommunikation mit dem Nutzer stets intendiert, ebenso ein unverstellter Blick auf Arbeitsalltag und Entscheidungsprozesse. Angesichts aktueller Open Government-Entwicklungen gewinnt gerade letzteres zunehmend an Bedeutung. Ein Engagement in den sozialen Medien bedeutet schließlich, die Dienstleistungsorientierung ernst zu nehmen, der sich natürlich auch die Kulturverwaltung verpflichtet fühlen muss.

Die Öffentlichkeitsarbeit via Facebook oder Twitter ist momentan der erste Schritt für viele Archive, um sich den neuen sozialen Medien zu nähern. Archivische Blogs sind noch sehr rar gesät, wären aber ein wünschenswerter nächster Schritt, um die Fachkommunikation zu befördern. Die Königsdisziplin des Crowdsourcings hingegen, die Einbeziehung von interessierten Nutzern in die archivische Arbeit (Transkription, Verschlagwortung), ist hierzulande noch weitgehende Utopie. Der Weg zum Archiv 2.0 mag beschwerlich erscheinen, aber die ersten Archive haben sich zu diesem Ziel aufgemacht.

Bastian Gillner

Landesarchiv Nordrhein-Westfalen

Dr. Bastian Gillner, Dezernent R 3 Verwaltungsbehörden seit 1815

Tel 0049 | 211 | 22065-219

E-Mail bastian.gillner@lav.nrw.de

www.archive.nrw.de

www.facebook.com/landesarchivnrw

Apps: Ist das was für unsere Bibliothek? Braucht unser Museum das?

Inzwischen werden die kleinen Programme in nahezu allen Bereichen des täglichen Lebens angewendet – auch in kulturellen Einrichtungen. Wie sollte man am besten vorgehen? Wie funktioniert eine App und wie wird sie entwickelt? Welche Kosten entstehen? Der Leitfaden „Apps & Mobile Services – Tipps für Unternehmen“ beantwortet die wichtigsten Fragen und liefert zahlreiche Informationen.

BITKOM. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., 27 S., 2012.

Kostenloser Download: www.bitkom.org (Rubrik „Publikationen“)

QR-Codes in Bibliotheken

Auch Bibliotheken mit wenig Personal und begrenztem Budget können innovative Dienste anbieten. Web 2.0-Technologien ermöglichen es, die eigenen Leistungen und Angebote effektiver bekannt zu machen, mit dem Publikum zu interagieren (z.B. Twitter, Facebook) und den Zugriff auf Bestände und Informationen zu vereinfachen.

Der Berufsverband Information Bibliothek e.V. hat nun eine Checkliste zur Erstellung und zum Einsatz von QR-Codes veröffentlicht. Neben Erläuterungen, was QR-Codes sind und was sie an Informationen enthalten können, wird praktisches Wissen zu Etiketten, Downloads und Links vermittelt.

Information: www.bib-info.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check37.pdf

Twittern oder Siegen



Auch die moderne Kommunikation ist nur so gut, zielführend und erfolgreich wie derjenige, der sie anwendet. Social Media bieten Chancen, bergen aber auch Risiken, derer man sich als Privatperson, als Sportler oder als Kulturbetrieb bewusst sein sollte.

Nach großen Erfolgen in Peking und Athen schneiden die australischen Schwimmer bei den Olympischen Spielen von London relativ schlecht ab. Als einer der Gründe werden auch Facebook, Twitter & Co. genannt. Bei den Spielen 2012 präsentierten sich die Athleten erstmals persönlich ihrem Publikum. Während das Feedback der Fans manche Sportler offenbar zu siegesgewiss machte, scheinen andere durch die Kommentare ihrer Follower und das Bedienen von Nachfragern von den Wettkämpfen abgelenkt worden zu sein. Auch wenn es zu kurz greift, ausschließlich die externe Kommunikation für die Niederlage verantwortlich zu machen, sollte man die notwendigen Voraussetzungen und die möglichen Nebenwirkungen von Social Media im Blick haben – auch als kulturelle Einrichtung.

Voraussetzungen, Grenzen und Risiken

(vgl. Günter, Bernd; Hausmann, Andrea: Kulturmarketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2012)

- Glaubensbekenntnis: Kulturbetriebe müssen die wesentlichen Merkmale von Social Media vollumfänglich akzeptieren. Dazu gehören u.a. Aktualität, Viralität ('epidemische' Verbreitung), Interaktivität und die Einbeziehung der Nutzer. Vgl. den Beitrag von Christoph Deeg in diesem Magazin.
- Kosten-Nutzen-Relation: Kulturbetriebe müssen langfristig und in angemessenem Umfang geeignetes Personal und Arbeitszeit sowie hinreichende Sach- und Finanzmittel bereitstellen, da die Aktivitäten sonst wirkungslos bleiben oder beendet werden müssen.
- Erfolgsmessung: Der konkrete Nutzen von Werbung, Public Relations und Marketing ist naturgemäß schwer zu fassen.

- Bei den Social Media können die Kommentare kleiner Minderheiten von Nutzern die Profile verzerren. Zum Return on Investment (ROI) vgl. die Beiträge von Christian Henner-Fehr und Stefan Parnreiter-Mathys in diesem Magazin.
- Plattformen: Die Entwicklung bei Social Media verläuft hoch dynamisch und nicht linear. Neue Anwendungen ersetzen ältere. Etablierte Plattformen (z.B. StudiVZ) werden von anderen Formaten (z.B. Facebook) verdrängt.
- Kontrollverlust: Wesentliche Merkmale von Interaktivität und Partizipation ist das unberechenbare Verhalten der Nutzer. Jeder Kommentar trifft direkt, ob in negativen Reaktionen (Shitstorm) oder in positiver Ausprägung (Candystorm). Veränderung und Verbreitung von Inhalten können nicht unterbunden bzw. gesteuert werden.
- Austrittsbarrieren: Die Einstellung von Social-Media-Aktivitäten kann negative Folgen haben. Die Duisburger Philharmoniker zählten zu den ersten Kulturbetrieben, die sich direkt mit ihrem Publikum austauschten. 2011 wurde der Blog „da capo“ eingestellt, zunächst ohne offizielle Begründung, sodass im Netz reputationsschädigende Spekulationen über die Ursachen kursierten.

Einstieg, Umgang und Ausstieg aus Social-Media-Aktivitäten sollten sorgfältig geplant sein. Der mit dem Betrieb verbundene Aufwand kann zu (Über-) Belastungen führen und das direkte Verhalten der User (Nutzer) kann unbeabsichtigte Nebenwirkungen zeitigen. Social Media können die Aufbereitung und Verbreitung von Inhalten unterstützen sowie die Kommunikation und Interaktion mit dem Publikum fördern. Der zweckdienliche Umgang mit den Instrumenten muss jedoch erlernt, regelmäßig überprüft und kontinuierlich der neuen Entwicklung angepasst werden – als Privatperson, Kulturbetrieb oder als Sportler.

Redaktion

Wir bringen Ihre Besucher zum Staunen

INFITEC

Excellence in 3D



INFITEC ist **Ihre** flexible 3D-Projektionslösung

Unsere Brillen sind:

- Wartungsfrei
- Einfach zu reinigen
- Robust
- Keine spezielle Bildwand erforderlich
- Kompatibel mit gekrümmten Projektionsflächen

INFITEC wird u.a. bereits
eingesetzt bei:



INFITEC GmbH

Lise-Meitner-Strasse 9

89081 Ulm

Tel.: +49 731 146601 00

info@infitec.de



mehr Infos unter:
www.infitec.de

Freundeskreise für Bildung und Kultur

Der Freundeskreis der Universität der Künste Berlin | Karl Hofer Gesellschaft engagiert sich für die Nachwuchsförderung und öffnet Türen zu zeitgenössischen Künsten

Das Engagement von Förder- und Freundeskreisen ist für Theater, Museen und Konzerthäuser, aber auch für Hochschulen wie die Universität der Künste Berlin unverzichtbar. Hier engagieren sich Bürger, um die jeweilige Kultureinrichtung zu unterstützen



IBB-Preis für Photographie 2011, Foto: © X21de-Reiner Freese

– durch Sammeln von Geld, Weitergabe von Know-how und Bereitstellung von Zeit. Förder- und Freundeskreise der Kultur spielen in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert eine wesentliche Rolle für die Gründung und den Erhalt zahlreicher Institutionen. Vor dem Hintergrund knapper werdender öffentlicher Kassen wird dieses bürgerschaftliche Engagement immer wichtiger, was seit den 1990er Jahren gerade auch in Berlin zu einer Gründungswelle von Fördervereinen geführt hat. Die Rolle, die die Freundeskreise für die jeweilige Institution spielen, ist sehr unterschiedlich. So klar die Ziele der Freundeskreise im Allgemeinen gesetzt sind, so unterschiedlich funktioniert jedoch das jeweilige Gefüge, das oftmals stark von einzelnen Persönlichkeiten und deren Engagement geprägt ist.

Nachwuchsförderung

Der Freundeskreis der UdK Berlin | Karl Hofer Gesellschaft, der seit 1955 den Namen des ersten Direktors der damaligen Hochschule trägt, verfolgt seit bald 60 Jahren das Ziel, im Zuge der

Nachwuchsförderung jungen Künstlern den Weg in die berufliche Existenz zu erleichtern. Die Satzung legt in § 2, Abs. 2 fest: „Zweck des Vereins ist die Förderung von Künstlerinnen und Künstlern, die an der Universität der Künste Berlin studieren oder studierten.“ Sie werden unterstützt durch die Finanzierung von Projekten, Ateliers und Werkstätten, die Auslobung von Preisen und die Vermittlung von Ausstellungsmöglichkeiten und Kontakten. Mehr als 260 Meisterschüler allein konnten durch Atelierstipendien gefördert werden. Einige von ihnen haben internationale Anerkennung erlangt wie Rainer Fetting, Susanne Lorenz und Miguel Rothschild. Die Vergabe von Preisen gemeinsam mit engagierten Partnern ist ein weiteres Mittel künstlerische Laufbahnen zu befördern. Durch den IBB-Preis für Photographie oder den Toni und Albrecht Kumm Preis zur Förderung der Bildenden Künste erhalten die Preisträger häufig erstmals öffentliche Aufmerksamkeit – ein hoher Wert im Betriebssystem Kunst.

Die Mitglieder bilden die ideelle und materielle Grundlage des Freundeskreises der UdK Berlin | Karl Hofer Gesellschaft, der sich als Bindeglied zwischen einer engagierten Öffentlichkeit, der Universität und ihren Studierenden und Absolventen versteht. Er funktioniert als Türöffner und Multiplikator. So haben die Freunde Zugang zu jungen Künstlern und Gestaltern aller Sparten. Der lebendige Austausch mit zeitgenössischer Kunst auf hohem Niveau ist das Kennzeichen des Freundeskreises, in dem vielfältig interessierte Bürger zusammen kommen. Diese Schnittstellenfunktion ist dem Blick durch ein Schaufenster vergleichbar – sowohl nach innen wie nach außen gerichtet. Dabei können Arbeiten, die an der Universität in einer Laborsituation entstehen, häufig erstmals öffentlich gezeigt und eingeübt werden. In geschützter Atmosphäre haben junge Künstler die Chance sich auszuprobieren und ihre Ideen zur Diskussion zu stellen. Es entsteht eine Art Probebühne, auf der Kreativität ganz unmittelbar, manchmal noch roh, aber als lebendige Essenz Ausdruck findet.

Kulturelle Bildung

Über die Kunstförderung hinaus stellt sich der Freundeskreis einer Bildungsaufgabe gegenüber heranwachsenden Menschen. „Lange Zeit war kulturelle Bildung kein in der Öffentlich-

Grüne Bibliothek

Umwelt und Klima gewinnen auch in der Bestands- und Vermittlungsarbeit von Bibliotheken an Bedeutung. So hat z.B. die San Francisco Public Library (USA) eine Veranstaltungsreihe etabliert, in der Wissenswertes über Messinstrumente für den Stromverbrauch, über nachhaltige Bibliotheken und über recycelbare Bibliotheksausweise vermittelt wird.

In Deutschland erscheint voraussichtlich im August 2013 der von Petra Hauke, Karen Latimer und Klaus-Ulrich Werner herausgegebene Sammelband „The Green Library – Die Grüne Bibliothek“ (IFLA Publications 161). Im Mittelpunkt stehen bauliche Aspekte, die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks und die Frage, was Nachhaltigkeit für die soziale Verantwortung von Bibliotheken bedeutet.

Redaktion

keit relevantes Thema – aktuell erlebt sie jedoch eine ungeahnte Konjunktur.“¹

Zahlreiche hochrangige Akteure und Institutionen, wie die UNESCO-Weltkonferenzen oder eine Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages beschäftigen sich damit. Die Hoffnung, die sich unter anderem mit der Nachwuchsförderung verbindet, ist nicht zuletzt auch die Gestaltung unserer wichtigsten Ressourcen: Bildung und Kreativität. Der Freundeskreis der UdK bietet hierzu die Möglichkeit auf international erstklassigem Niveau etwa mit den Mitgliedern des Artemis-Quartetts an Konzertabenden, mit UdK-Professoren und Absolventen bei den Meisterschülerausstellungen oder bei der Einführung in den zeitgenössischen Tanz. Dabei entspinnt sich ein Gespräch zwischen Generationen über kulturelle und gesellschaftliche Zusammenhänge, das von gegenseitiger Neugier und Offenheit geprägt ist und dabei den immensen Freiraum nutzen kann, den eine Universität allen zur Verfügung stellt.

Sabine Ziegenrucker

¹ Max Fuchs, in: www.kulturrat.de/kulturbildet/kultur-bildet-1, S. 3.

Freundeskreis der Universität der Künste Berlin |

Karl Hofer Gesellschaft e.V.

Dr. Sabine Ziegenrucker, Geschäftsführerin

Einsteinufer 43-53, 10587 Berlin

Tel 0049 | 30 | 3185-2469 | -2489

Fax 0049 | 30 | 3185-2349

E-Mail khg@udk-berlin.de

www.karl-hofer-gesellschaft.de



Seit Jahren unterstützen wir Restauratoren, öffentliche und private Museen sowie Architekten im In- und Ausland verlässlich bei Entwurf, Planung, Einrichtung sowie Umbau von Restaurierungswerkstätten. Profitieren Sie von unserem Know-how.

www.deffner-johann.de

deffner & Johann

Restaurierungsbedarf und Denkmalpflege – seit 1880

Jedem Buch ein fester Platz?

Dynamische und assoziative Ordnung in Bibliotheken

Ordnung ist eine zentrale Voraussetzung für den zuverlässigen Betrieb einer Bibliothek. Dass auch benutzerdefinierte Systeme ihre Vorzüge haben, zeigt das Projekt „Dynamische Ordnung durch RFID-Technologie“ der Kunstbibliothek Sitterwerk.



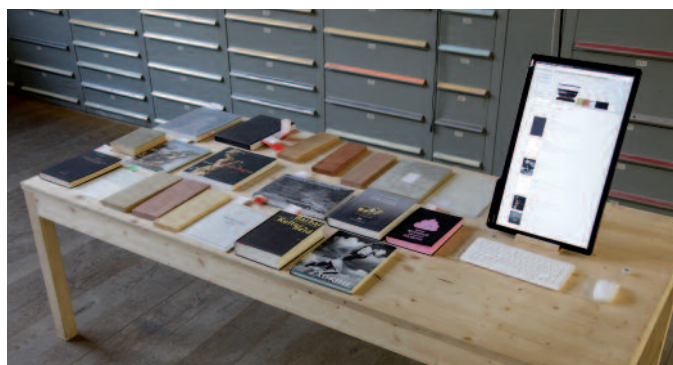
Tägliche Inventarisierung: Das Lesegerät erfasst den jeweils aktuellen Standort der Bücher.

Die jeweils aktuelle Standort von jedem einzelnen Buch regelmäßig erfasst und an den digitalen Bibliothekskatalog gemeldet. Technische Grundlage dieses Verfahrens ist die Radio-Frequenz-Identifikation (RFID).

Die jeweils aktuelle `Ordnung` der Buchbestände folgt dem dynamischen oder individuellen Verhalten der Nutzer. Dennoch sind die bibliothekarischen Arbeitsabläufe hoch effizient: Das automatische Einlesen mittels RFID-Lesetechnik ermöglicht eine Erfassung der Bibliothek in so kurzen Abständen, dass man von einer permanenten Inventur sprechen kann.

Permanente Inventarisierung

Die in St. Gallen (Schweiz) ansässige Bibliothek ist eine private Sammlung mit rund 25.000 Bänden zu Kunst und Architektur, die der Öffentlichkeit als Präsenzbibliothek zugänglich ist. Im Rahmen der Erfassung und Katalogisierung erhalten die Bücher keine traditionellen Signaturen, sondern sie werden mit Funkchips versehen. Die `intelligenten Etiketten` enthalten die bibliographischen Angaben und sind über Radiowellen mit dem Katalog verbunden. Eine Antenne fährt automatisch an den Bücherregalen entlang und identifiziert die eingestellten Bände. Dabei wird der je-



Intelligenter Tisch: Leseantennen erfassen Bücher und sonstige Materialien und archivieren temporäre Handapparate im Online-Katalog.

© Katalin Deér, Sitterwerk, St. Gallen / Schweiz

Individuell arbeiten, kollektiv nutzen

Der Nutzer bestimmt temporäre Ordnungsstrukturen: Wer zu einem bestimmten Thema arbeitet, stellt die benötigten Bücher an einem Ort seiner Wahl zusammen oder legt nicht benötigte Bände an beliebiger Stelle wieder ab. Eine disziplinierte Nutzung ist obsolet, denn jedes Buch bleibt für jeden und jederzeit auffindbar. In der dynamischen Ordnung entstehen und zerfallen Büchergruppen, Arbeitsmethoden und Zielsetzungen. Das unterstreicht nicht nur den intimen Charakter der privaten Kunstbibliothek, sondern es ermöglicht auch zufällige und assoziative Entdeckungen: Auf der Suche nach einem bestimmten Band stößt man in fremden `Handapparaten` auf Literatur, die man zwar nicht gesucht hat, die dennoch für die eigenen Belange von Interesse sein kann. Jede Konstellation von Bänden hinterlässt im Katalog als `virtuelles Regal` eine digitale Spur und kann auch nach Auflösung recherchiert werden. Zusätzlich zur konventionellen Suche nach Autoren, Schlagwörtern etc. können frühere Zusammenstellungen aufschlussreich für die eigene Arbeit sein.

Preiswürdige Leistung

Auf dem BID-Kongress 2013 in Leipzig ist das Projekt mit dem Preis „Zukunftsgestalter in Bibliotheken 2013“ ausgezeichnet worden. Die Jury aus Vertretern der Zeitschrift BIBLIOTHEK Forschung Praxis sowie der Zukunftswerkstatt Kultur- und Wissensvermittlung e.V. lobte insbesondere die Idee, dass der Nutzer die Bücheranordnung bestimmt und nicht der Bibliothekar.

Informationen: www.sitterwerk.ch

Redaktion

„Digitaler Frühling“ für Museen, Archive und Bibliotheken

Eine Veranstaltungsreihe von CDS Gromke

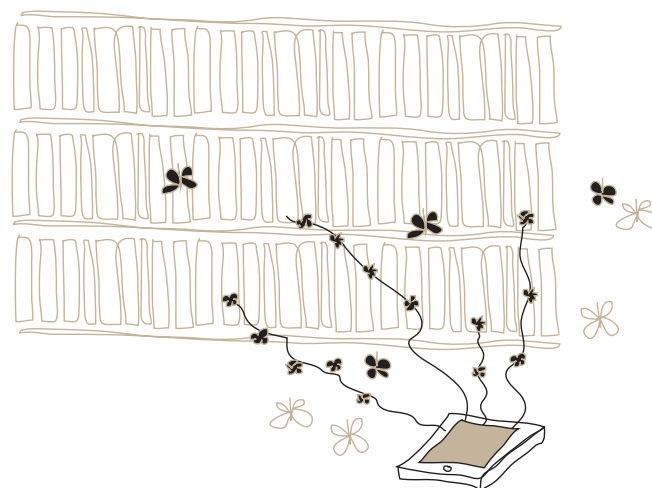
Gute Gründe sprechen dafür, Kunst- und Kulturgüter elektronisch zu erfassen und digital zu verbreiten: Information und Bekanntheit, Schutz der Originale, Erschließung und Sicherung, Austausch in Wissenschaft und Forschung, unbegrenzter und ständiger Zugang für jedermann ...

Wie aber geht man ein Digitalisierungsprojekt an? Worauf ist zu achten bei Planung und Durchführung? Welche technischen, strukturellen oder rechtlichen Aspekte sind wichtig? In Leipzig haben am 26. April 2013 Experten aus Dienstleistung, Museum und Archiv Antworten auf diese und weiteren Fragen gegeben.

Gute Vorbereitung und professionelle Umsetzung

Bevor die ersten Gemälde, Archivalien oder Bücher in Bits verwandelt werden, sollte Klarheit darüber bestehen, zu welchem Zweck digitalisiert werden soll. Geht es um interne Verwendung oder um externen Gebrauch? Genügt eine Groberfassung oder sollen die Bestände in der Tiefe erschlossen und aufbereitet werden? Erste Orientierung geben die DFG-Praxisregeln „Digitalisierung“ oder die Publikationen von Nestor zur Langzeitarchivierung. Je nach Ziel, Umfang und Komplexität eines Vorhabens sollten von Beginn an Berater zu technischen, finanziellen und zeitlichen sowie zu organisatorischen und persönlichen Belangen der Digitalisierung gehört werden.

Viele Einrichtungen legen hohen Wert auf die Kompatibilität der geplanten Digitalisierung mit bereits bestehenden Systemen wie z.B. Museumsdatenbanken. Digital Asset Management Systeme (DAM) helfen dabei, die große Menge an Bild- und Mediendateien (digitale Assets) effizient zu erfassen und für unterschiedliche Zwecke nutzbar vorzuhalten. Eine sinnvolle Verknüpfung beider Systeme entlastet die Mitarbeiter beim Erschließen, Finden und Nutzen der digitalen Daten. Grundlegende Informationen über das fachliche Know-how beim Erstellen von Digitalisaten wurden beim Live-Scanning einer neuen, großformatigen Arbeit des Leipziger Malers Norbert Wagenbrett vermittelt.



Informationen sichern und Wissen mehr

Ein zentraler Grund für das Digitalisieren ist die Sicherung von Informationen, insbesondere wenn das Trägermaterial unabwendbar von Verfall bedroht ist. Eine solche Gefahr besteht z.B. bei Fotografien auf Nitratbasis. So stand die Deutsche Fotothek (Dresden) vor der Aufgabe, über 110.000 Negative, deren Erhalt teilweise gefährdet war, innerhalb von nur 24 Monaten hochauflösend zu digitalisieren. Realisiert wurde das Projekt im Rahmen von „KUR – Programm zur Konservierung und Restaurierung von mobilem Kulturgut“.

Über Crowdsourcing bzw. Schwarmintelligenz kann die Erschließung digitalisierter Bestände sinnvoll ergänzt werden. Anschauliche Beispiele dafür präsentierte das Stadtgeschichtliche Museum Leipzig, dessen Online-Datenbank stark wachsende Zugriffszahlen aus aller Welt verzeichnet. Durch Hinweise von Fachleuten und Laien werden – nach eingehender Prüfung – nicht nur Wissenslücken geschlossen, sondern auch manche Korrekturen vorgenommen.

Fortsetzung folgt

Ziel der Veranstaltungsreihe „Digitaler Frühling“ ist es, neues Wissen, Lösungen und praktische Kenntnisse zu vermitteln und den Austausch zwischen den Beteiligten aus Kultur und Dienstleistung zu fördern. Auf Wunsch zahlreicher TeilnehmerInnen stehen Langzeitarchivierung, der Workflow von Bild- und Mediadaten sowie Kosten und Finanzierung von Digitalisierungsprojekten im Zentrum der folgenden Veranstaltungen.

Informationen: www.cds-gromke.com

Konkurrenz für Google-Books

Das Unternehmen Google und bedeutende Bibliotheken wie die Bodleian Library (Oxford), die Harvard University Library oder die Bayerische Staatsbibliothek haben sich 2004 daran gemacht, das „gesamte Wissen der Welt“ digital zugänglich zu machen. Innerhalb von zehn Jahren sollten 15 Millionen Bücher eingescannt werden. Seit einiger Zeit leidet der Fortgang des Projektes unter den sehr unterschiedlichen Vorstellungen der privaten und öffentlichen Partner.

Nun versucht man in den USA, den Traum von einer kommerziell freien Weltbibliothek zu verwirklichen. Im April 2013 ist die Digital Public Library of America (DPLA) gestartet.

Ziel ist es, so Robert Darnton, Direktor der Harvard University Library, „das kulturelle Erbe der Menschheit allen Menschen verfügbar zu machen. Was könnte pragmatischer sein, als ein System zu entwerfen, Millionen von Megabytes zu verkoppeln und sie Lesern in der Form leicht zugänglicher Texte zur Verfügung zu stellen?“

(Quelle: Der Tagesspiegel. Kultur, 13.04.2013)



Netzwerk für Kunst, Kultur, Wissenschaft
und Kommunikation im digitalen Raum

Strategie
Konzeption
Beratung

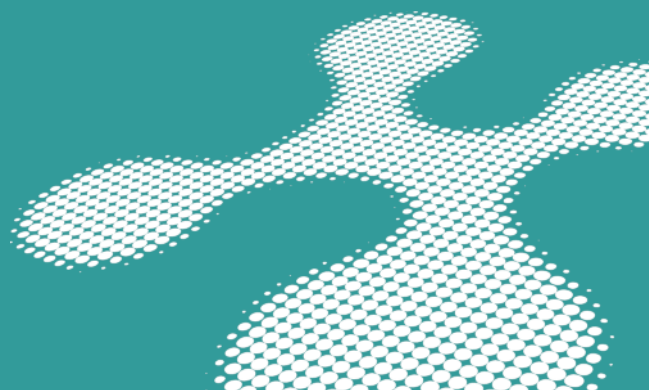
Social Media
digitale Kommunikation
Video & Audio

Tweetups
Konferenzen
Barcamps

Vorträge
Seminare
Publikationen

Workflow Design
Change Management
Digitalisierung

www.kulturkonsorten.de
info@kulturkonsorten.de
facebook.com/kulturkonsorten
twitter.com/kulturkonsorten



Weshalb Printmedien im Kulturbereich unersetzlich sind

Bei der digitalen Vernetzung rangiert Deutschland im Mittelfeld – mit Folgen für die elektronische Werbung. Mobile Endgeräte, verbreitete Skepsis gegenüber digitalen Medien und der demografische Wandel sind Hemmnisse für die Onlinewerbung.

D21-Digital-Index: Vernetzte Gesellschaft lässt in Deutschland auf sich warten

Zwei zentrale Botschaften enthält der im April 2013 erstmals vorgestellte Report.¹

- Smartphones und Tablet-Computer sind auf dem Vormarsch, sodass in Kürze über 50 Prozent der Nutzer mobil auf Informationen zugreifen werden. Dagegen stagniert bzw. sinkt die Zahl der Notebooks und Desktop-PCs.
- Über 56 Prozent der Bevölkerung stehen dem Netz skeptisch gegenüber, während nur ca. 19 Prozent „passionierte Onliner“ bzw. „smarte Mobilisten“ sind. „Die Mehrheit der Deutschen ist noch nicht in der digitalen Gesellschaft angekommen“, so Robert A. Wieland, Vizepräsident Initiative D21 und Geschäftsführer von TNS Infratest.

Gravierende Folgen für die digitale Werbewirtschaft

Es klingt paradox, aber durch die Zunahme mobiler Endgeräte werden die Zielgruppen für Werbung nicht im gewünschten Umfang erreicht. Das hat auch technische Gründe, denn die für stationäre Geräte entwickelte Onlinewerbung passt entweder gar nicht oder nur in Kleinversion auf die Bildschirme von Smartphone und Tablet-Computer. Eine empfindliche Einschränkung für Werbende, deren Strategien auf visueller Wahrnehmung basieren!

Hinzu kommt die Skepsis der Deutschen gegenüber den digitalen Medien, die offenbar auch mit dem demografischen Wandel zusammenhängt. Die sog. Babyboomer (geboren zwischen 1946 und 1965) sind – zumindest im Medienverhalten – eher konservativ: „Durch das Fernsehprogramm navigieren sie immer noch mit einer Programmzeitschrift. Erst langsam beschäftigen sie sich mit Sozialen Netzwerken im Internet, ihre Musik kommt noch immer aus dem CD-Spieler, nicht aus einem MP3-Player.“²

Printmedien sind als Informationsträger nicht zu ersetzen

zumindest, wenn es darum geht, Ansprechpartner in Museen, Archiven und Bibliotheken zu erreichen, denn die 50plus-Generation der medial eher traditionell orientierten Direktoren, Geschäftsführer und Dezernenten prägt die Kulturwelt noch auf Jahre. Die Verantwortlichen sind zudem mehrheitlich weiblich, d.h. sie nutzen in großem Umfang zusätzliche Informations- und Kommunikationsmedien, da laut D21-Digital-Index „nicht einmal jede zweite Frau über 50 im Netz unterwegs“ ist.

Sechs gute Gründe, warum Printmedien zentraler Bestandteil im Media-Mix sein sollten:

- Haptik: Stimulierung der Sinne durch Substanz ist ein Wesenszug von Kultur.
- Ruhe: Gedrucktes überflutet nicht mit audio-visuellen Reizen.
- Konzentration: Das Lesen längerer Artikel fördert das Verständnis der Inhalte.
- Effektivität: Wer ein Printmedium nutzt, sucht aktiv nach Informationen.
- Intensität: Magazine werden mehrfach, jederzeit und an jedem Ort genutzt.
- Verbindlichkeit: Printmedien wirken als „Ich-Medium“ und binden den Leser stärker.

„Denn was man schwarz auf weiß besitzt, ...“ um es einmal mit Goethe zu sagen. (Faust, 1. Teil)

Redaktion

¹ Zum D21-Digital-Index vgl. www.initiaved21.de/portfolio/d21-digital-index

² Anita Blasberg, Die schon wieder! Sie sind viele, sie sind reich, und sie sind mächtig: Die Babyboomer bestimmen, wo es langgeht – in der Politik, in der Wirtschaft, in der Kultur. Warum kommen die Jüngeren nicht gegen sie an? Eine Polemik, in: Die ZEIT, Nr. 17, 18.04.2013, S. 18.

Lösungswege zum effizienten Umgang mit Bild- und Mediendaten in Museen (Teil II)

In Teil I unserer Reihe „Erschließen und Schützen, Finden und Nützen“ haben wir die Unterschiede zwischen einer Objektdatenbank und einem Digital Asset Management System (DAM) beschrieben. Teil II soll Lösungswege zur Erhöhung der Effizienz bei der Arbeit mit Bild- und Mediendaten (Assets) aufzeigen.

Strukturierte Erfassung von Bild- und Mediendaten (Assets)

Die effiziente Arbeit mit digitalen Assets beginnt mit der Katalogisierung in ein DAM-System. Bei diesem Prozess werden die Assets von beliebigen Speichermedien automatisch strukturiert



GRASSI Museum für Angewandte Kunst, Leipzig (Foto: Gunter Binsack)

und wieder auffindbar erfasst. Zur Einordnung stehen hierarchisch aufgebaute Strukturbäume zur Verfügung, die umfangreiche Thesauri abbilden können. Im Unterschied zur Pfadstruktur der Betriebssysteme können Datensätze in einem DAM-System mehreren Kategorien zugeordnet werden – eine Option, die für eine singuläre Datenhaltung von größtem Wert ist.

Beim Katalogisieren von Dateien werden automatisch folgende Schritte ausgeführt:

- Die Dateien werden, sofern gewünscht, auf einen zentralen Speicherplatz kopiert.
- Für jede Datei wird ein Datensatz angelegt.
- Von jeder Datei wird eine Miniaturansicht (Thumbnail) erzeugt (über 250 Filter für verschiedene Dateiformate).
- Die Originaldateien werden referenziert (Speicherort wird vermerkt).
- Metadaten werden aus Datei ausgelesen (Betriebssystemdaten, EXIF, IPTC) und in dafür vorgesehene Felder eingetragen (mit Rückschreiboption zur Synchronisierung).

Bei der Verknüpfung mit einer Museumsdatenbank sind die objektrelevanten Metadaten in der Museumsdatenbank zu veran-

kern und die das Asset betreffenden Metadaten (z.B. Copyright, Autorenrecht) im DAM. Damit ist eine sinnvolle klare Unterscheidung gegeben, die doppelte Metadatenhaltung vermeidet.

Effiziente Nutzung von Bild- und Mediendaten (Assets)

Wie in jeder Datenbank üblich, kann ein DAM-System sowohl hierarchisch als auch nach Feldinhalten einfach oder logisch verknüpft durchsucht werden. Sollen gefundene Dateien verwendet werden, kann die Datenbank aus der Originaldatei automatisiert Arbeitskopien erzeugen, die genau für die vorgesehene Nutzung aufbereitet sind. Dazu können im Hintergrund verschiedene Operationen ablaufen, wie z.B.

- Skalierung auf die richtige Größe bei gewünschter Auflösung
- Konvertierung in den gewünschten Farbraum
- Beschnitt nach Vorgabe oder individuell
- Schärfung
- Packen zu einer zip-Datei
- Einrechnen eines Wasserzeichens u.a.

Immer wiederkehrende Kombinationen solcher Operationen können als Aktionen gespeichert und bei Bedarf abgerufen werden. Danach ist nur noch festzulegen, was mit den erzeugten Dateien passieren soll:

- Download
- Kopieren nach ...
- Versand per E-Mail an ...
- Versand eines Kollektionslinks mit individuell definierten Zugriffsrechten

Wenn Dateien herunter geladen oder verschickt werden sollen, bleibt die Netzbelastung auf die Endgröße der Dateien beschränkt, da alle Operationen serverseitig durchgeführt werden. Die Originaldatei verbleibt unverändert am zentralen Speicherort der Originaldaten. Die neu erzeugten Daten können nach der Nutzung wieder gelöscht werden, da sie jederzeit auf gleiche Weise aus der Originaldatei neu erzeugt werden können.

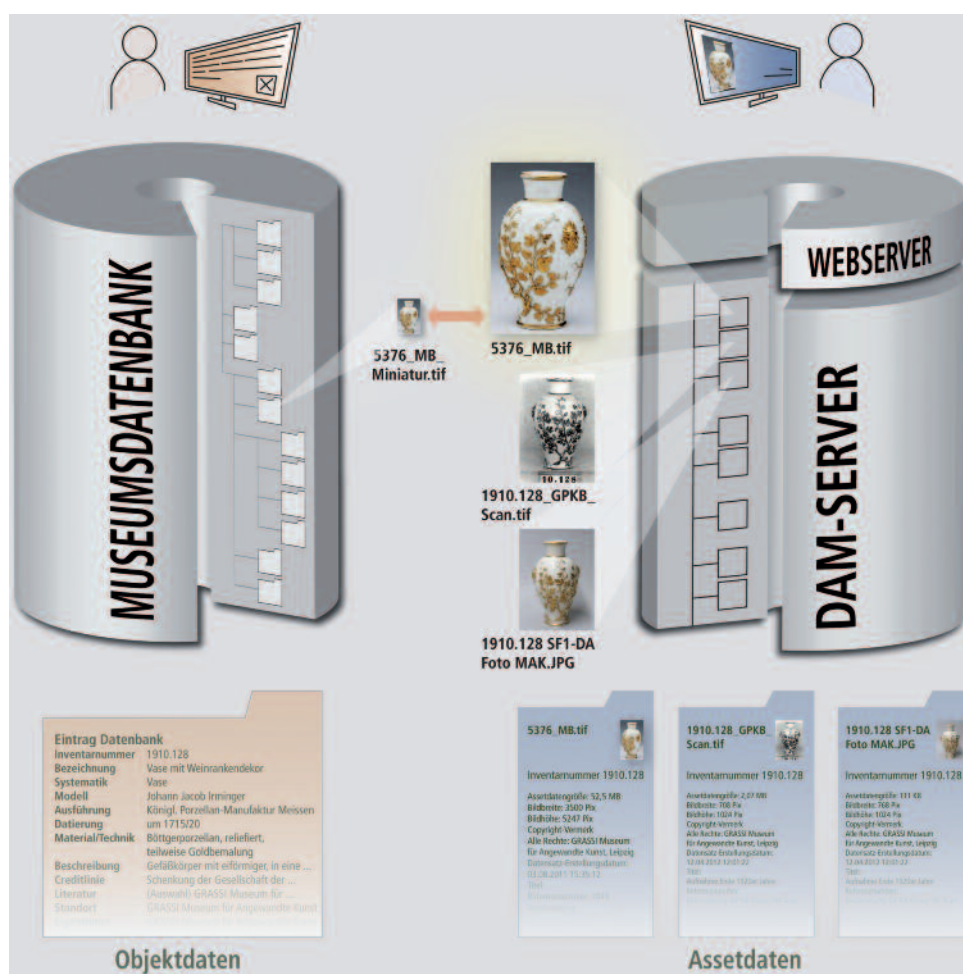
Gegenseitige Nutzung der Funktionalitäten von Museumsdatenbank und DAM-System durch Verknüpfung bzw. Integration

Eine Datenbank ist nur dann sinnvoll, wenn sie ständig aktuell gehalten und genutzt wird. Bei häufiger Arbeit mit der Datenbank stellt sich ein Gewöhnungsprozess ein, der ein zunehmend effizienteres Arbeiten zur Folge hat.

Kuratoren werden im Normalfall in der Museumsdatenbank arbeiten, die Öffentlichkeitsarbeit im DAM-System. Andere werden

sich auf das eine oder andere System stützen. Entscheidend ist, dass die wichtigen Funktionen beider Systeme von beiden Seiten aus nutzbar sind. Durch Verknüpfung beider Systeme werden die Voraussetzungen geschaffen, dass man in der Museumsdatenbank auf die Assets im DAM-System durchgreifen und die ausgabeseitigen Aktionen nutzen kann. Auf umgekehrtem Wege ist eine Auswahl von Informationen aus der Museumsdatenbank im Digital Asset Management abrufbar.

- Downloads sind nach Beendigung der Arbeit wieder zu löschen.
- Vor dem Versand einer Datei ist zu entscheiden, ob dem Empfänger nicht besser ein Kollektionslink geschickt werden kann.
- Für Dateien, die nicht langzeitarchiviert werden sollen, kann ein Verfallszeitraum eingestellt werden.



Grafik: Museumsdatenbank und Verwaltung von Bild- und Mediendaten (Grafik: Sylvia Zedler)

Singuläre Datenhaltung (Reduzierung von Redundanzen, Deduplizierung)

Mit der bisher beschriebenen Kombination von Museumsdatenbank und DAM-System hat man alle Werkzeuge in der Hand, um Redundanzen so gering wie möglich zu halten. Der entscheidende Punkt ist die Organisation eines konsequent eingehaltenen Arbeitsflusses, der in Teil III dieser Reihe eingehender beschrieben wird. Zur Vermeidung von Duplikaten sollten folgende Richtlinien beachtet werden:

- Das DAM-System ist so einzustellen, dass Duplikate beim Katalogisieren ignoriert werden.

In jedem Haus haben sich bis zur Einführung eines DAM-Systems größere Mengen an Mediendaten angesammelt. Diese Altbestände müssen aufgearbeitet und darin befindliche Duplikate eliminiert werden.

- Über Funktionen zur Duplikatsuche können Dateien aufgespürt und eliminiert werden, die sich in bestimmten Kriterien (z.B. Dateiname, Dateigröße, Erstellungszeitpunkt) gleichen.
- Bilddateien können automatisiert nach Ähnlichkeit geordnet und dann individuell aussortiert werden.

Bei konsequenter Einhaltung der genannten Grundsätze kann das unkontrollierte Anwachsen des Speichervolumens durch Duplikate auf ein überschaubares Maß begrenzt werden.

Im Teil III unserer Reihe „Erschließen und Schützen, Finden und Nützen“ beschreiben wir den Workflow von Bild- und Mediendateien im Museum.

Günther Gromke

CDS Gromke e.K.

Günther Gromke, Inhaber

cdsgromke
CATALOGUING & DIGITISING SOLUTIONS

Wachsmuthstraße 3, 04229 Leipzig

Tel 0049 | 341 | 42055-0; Fax 0049 | 341 | 42055-23

E-Mail info@cds-gromke.com; www.cds-gromke.com

Die Energiewende im öffentlichen Kulturbetrieb – Trend oder bereits Realität?

Mit Blick auf Energieeffizienz und Klimaschutz hat die Bundesregierung sich zum Ziel gesetzt, den Stromverbrauch in Deutschland bis zum Jahr 2020 um mindestens zehn Prozent ¹ zu senken. Vor diesem Hintergrund nutzen viele private Unternehmen Energie effizienter und sparen Kosten ein. Gilt dies auch für öffentliche Kulturbetriebe und Bildungseinrichtungen, die vor der Herausforderung stehen, ihren Auftrag trotz knapper Kassen und steigender Kosten zu erfüllen? Eine aktuelle empirische Studie der BSP Business School Berlin Potsdam und BTO Management Consulting AG untersucht am Beispiel öffentlicher Kulturbetriebe in Berlin und Brandenburg das Energie- und Energiekostenbewusstsein dieser Einrichtungen und fragt nach derzeitigen bzw. künftigen Einsparpotenzialen.

Energieverbrauch und -kosten selten bekannt, energiepolitische Ziele der Bundesregierung bei mehr als der Hälfte der Befragten unbekannt

Aus den mehr als 740 öffentlichen Kulturbetrieben in Berlin und Brandenburg wurden 34 repräsentative Einrichtungen ausgewählt. Im Zeitraum Februar bis März 2013 wurden technische Leiter bzw. Energie- oder Facility-Manager zu den wesentlichen Themen der Energiewende befragt. Ein Drittel der Einrichtungen gehört den Staatlichen Museen zu Berlin an und verweist deshalb auf den zentralen Einkauf durch die Stiftung Preußischer Kulturbesitz. Ein weiteres Drittel lässt die Fragen mit unterschiedlichen Begründungen offen. Während die Mehrheit der befragten Kulturbetriebe im Zeitraum 2011-2012 keine Änderung der Stromverbrauchsmengen verzeichnete, nutzte nur ein geringer Teil mehr Strom als im Vorjahr. Ein Viertel kann weder eine Aussage über die Verbrauchsentwicklung noch zu den angefallenen Energiekosten treffen, obwohl diese in den letzten Jahren in allen Segmenten nahezu explodiert sind.

Insgesamt zeichnet sich ab, dass öffentliche Kulturbetriebe sich nur unzureichend mit dem Thema Energiewende befassen. Die Studie zeigt, dass mehr als die Hälfte der Befragten die ambitionierten Ziele der Bundesregierung hinsichtlich Klimaschutz und Energieeffizienz nicht kennen. Was dabei als ausgewogenes Zieldreieck aus Wirtschaftlichkeit bzw. Bezahlbarkeit der Energie, Versorgungssicherheit und Ökologie bzw. Nachhaltigkeit ausgelobt wurde, reduziert sich in vielen öffentlichen Einrichtungen auf Fragen von Wirtschaftlichkeit und Kosten, d.h.

die Aspekte Ökologie und Nachhaltigkeit kommen zu kurz. Dies scheint als Konsequenz eines gebündelten Einkaufs (via öffentliche Ausschreibung) durch eine übergeordnete Behörde oder durch den gemeinschaftlichen Einkauf bei jeweils einem Drittel der Befragten ein unvermeidbarer Zielkonflikt zu sein, der die Energiewende zu behindern scheint.

Energiemanagement und Kostencontrolling auch für Kulturbetriebe

Die Befragung zeigt außerdem, dass die überwiegende Zahl der Einrichtungen weder ein effektives Energiemanagement, noch ein entsprechendes Kostencontrolling betreibt. In Zusammenarbeit mit fachkundigen, unabhängigen Energieberatern und den regionalen Energiewirtschaftsstellen sollten auch öffentliche Kulturbetriebe ihre Energieverbräuche und -kosten ermitteln, um Rückschlüsse auf die Potenziale für Kostensenkung, Ökologie und verhaltensbedingte Verbrauchssenkungen zu gewinnen. Die Spanne der spezifischen Stromkosten der Befragten zwischen 16,6 bis 26,1 ct/kWh zeigt das enorme Einsparpotenzial. Aber auch Effizienzziele können systematisch erreicht werden, sofern hinreichende Informationen über die wesentlichen Energieverbrauchssenkungen bekannt sind.

Lediglich ein Zehntel der befragten Kulturbetriebe kennt die spezifischen Zielvorgaben von Energieeffizienzprogrammen. Die Mehrheit verweist auf den zentralen Einkauf übergeordneter Träger und Stiftungen. Allerdings nennen mehr als die Hälfte der Energieverantwortlichen gezielte investive Maßnahmen in den Bereichen Beleuchtung, Raumklima und Heiztechnik. Gerade die LED-Technik gewinnt hierbei an Bedeutung und wurde mehrfach als geplante investive Maßnahme genannt.

Fazit

- Primärziele des energiepolitischen Zieldreiecks sind den meisten Befragten nicht bekannt.
- Bei gebündeltem Einkauf von Energie haben die Verantwortlichen vor Ort oftmals nur unzureichende Kenntnis über die wesentlichen Themen der Energiewende
- Große Einrichtungen mit Stromverbräuchen von mehr als 500.000 kWh pro Jahr (das entspricht dem Verbrauch von durchschnittlich mehr als 120 Haushalten) ², haben einen guten Überblick über die aktuelle Situation und setzen Effizienzmaßnahmen um.

- Vielzahl der Kulturbetriebe mit einem Verbrauch von weniger als 500.000 kWh pro Jahr hat Potenzial für Effizienz und Transparenz bei Einkauf und Anwendung der bezogenen Energie.
- Mitarbeiterschulungen oder Informationsveranstaltungen zum effizienten Umgang mit Energie haben bisher keine Bedeutung bei den teilnehmenden Kulturbetrieben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der bewusste Umgang mit Energie, Verhaltensänderungen und die damit verbundenen Einspareffekte in den öffentlichen Kultureinrichtungen noch nicht „angekommen“ sind.

Investive Maßnahmen, neue Technologien und die Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Schulung und Information könnten in spezifischen und maßgeschneiderten Lösungen die Ziele der Bundesregierung gleichrangig bedienen und die Energiewende auch in Kulturbetrieben Wirklichkeit werden lassen.

Mehr Informationen zu diesem Thema erhalten Sie auf Anfrage nach Veröffentlichung der Studie im Mai 2013.

Thomas Thiessen und Robert Schwarz

¹ Daneben soll bis zum Jahr 2050 die Energieversorgung überwiegend durch erneuerbare Energien erfolgen. Zudem soll eine Reduktion der Treibhausgasemissionen um 40 Prozent bis 2020 gegenüber 1990 erreicht werden.

² Gemäß BDEW, auch <http://www.die-stromsparinitiative.de>

Business School Berlin Potsdam

Prof. Dr. Thomas Thiessen, Rektor
 Professor für Kommunikations- und Medienmanagement
www.businessschool-berlin-potsdam.de

BTO Management Consulting AG

Kompetenzzentrum für Management Beratung in der Energie- und Versorgungswirtschaft

Robert Schwarz, Dipl.-Wirtsch.-Ing., Partner und Prokurist
www.bto-consulting.com

Erschließen und Schützen, Finden und Nützen

DIGITALE ASSETS EFFIZIENT ERZEUGEN UND VERWALTEN

HighEnd Digitalisierung
Cruse Großformatscans
Metadatenerfassung
Cumulus Digital Asset Management
Integration mit Museumsdatenbanken



Ausschnitt aus Prospetto d(ell') alma città Roma visto dal Monte Gianicolo ...
 Giuseppe Vasi, Rom, 1765, GRASSI Museum für Angewandte Kunst, Leipzig

Wachsmuthstraße 3, 04229 Leipzig, Ruf 0341 42 05 50

www.cds-gromke.com

Ältestes Kindermuseum der Welt ist ökologischer Vorreiter



Brooklyn Children's Museum, NY (Rafael Vinoly Architects)

Das 1899 gegründete Brooklyn Children's Museum (BCM) in New York City ist nicht nur das erste und älteste Kindermuseum weltweit, sondern zugleich ein ökologischer Wegweiser. Das Haus erhielt 2008 das Zertifikat „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) des U.S. Green Building Council.

Materialien und Betrieb des ersten „Grünen Museums“ der Stadt New York, die Eigentümerin des Gebäudes ist, orientieren sich konsequent an den Kriterien der Nachhaltigkeit. Böden und sonstige Oberflächen sind mit nachwachsenden bzw. wieder verwendbaren Stoffen wie Bambus, Kork, Gummi oder Linoleum gestaltet. Photoelektrische Zellen reagieren auf wechselnde Tageslichtverhältnisse wie z.B. Dunkelheit oder Bewölkung und regulieren den Bedarf an künstlichem Licht. In Büros, Klassen- und anderen Funktionsräumen steuern Bewegungsmelder den Bedarf: Keine Menschen, kein Licht. Hocheffiziente Energiesparlampen beleuchten Räume und Exponate. Während eine Photovoltaik-Anlage die Kraft der Sonne nutzt, werden die Heizungs- und Kühlsysteme geothermisch versorgt und durch Wärmepumpen effizient gesteuert. Der Kohlendioxid-Ausstoß der kleinen und großen Besucher wird kontrolliert: Sensoren messen in jedem Raum zu jeder Zeit die CO₂-Konzentration. Überschreitet diese einen bestimmten Wert, leitet das Lüftungssystem mehr Sauerstoff in den betreffenden Raum; bei wenigen Gästen geht das System in den Energiesparmodus.

Energieverbrauch senken, Bewusstsein heben

Die Betreiber des BCM gehen davon aus, durch die realisierten Maßnahmen jährlich etwa 100.000 US-Dollar an Energiekosten einzusparen. Durch die Sicht- und Nutzbarkeit nachhaltiger Materialien und Technologien wird das Gebäude selbst zu einem tragenden Teil des ökologischen Gesamtkonzeptes, indem die Besucher über den sorgsamen Umgang mit Energie informiert werden. Darüber hinaus ist es das Anliegen des Museums, Kindern und Jugendlichen mit Ausstellungen sowie Unterhaltungs- und Bildungspro-

grammen zu Kultur, Kunst, Wissenschaft und Natur Verständnis für sich selbst, für andere und für den Erhalt ihrer Umwelt zu vermitteln. In diesem Sinne ist das Gebäude ein Symbol für die Selbstverpflichtung des Museums, die Zukunft aller Kinder zu verbessern.

Quelle und weitere Informationen: www.brooklynkids.org

Das U.S. Green Building Council (USGBC) ist eine gemeinnützige Organisation, die den Bau kosteneffizienter und energiesparender Gebäude unterstützt. Kriterien für die Vergabe des LEED-Zertifikates sind u.a. die Verwendung umweltfreundlicher Materialien und nachhaltiger Technologien sowie die Bekanntmachung durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit. (Quelle: <http://new.usgbc.org>)

Redaktion



3D-Drucker?

In Ausstellungen machen dreidimensionale Modelle komplexe Sachverhalte wie Architektur anschaulich und (be-)greifbar; an Skulpturen, Bilderrahmen u.a. dreidimensionalen Objekten wird Fehlendes ergänzt; Rekonstruktionen bringen Verlorenes wieder und Kopien bzw. Repliken stehen in Shops zum Verkauf. Oft handelt es sich dabei um handgefertigte Einzelstücke, aufwändige Abgüsse, kleine Auflagen oder andere hochwertige Produkte, deren Herstellung langwierig und teuer ist. Hier könnten sog. 3D-Drucker die Herstellungsprozesse und die damit verbundenen Kosten einschneidend verändern.

Aller Anfang ist Staub

3D-Drucker sind Maschinen, die nach dem additiven, d.h. anhäufenden oder plastischen Prinzip dreidimensionale Werkstücke herstellen. Innerhalb eines abgeschlossenen Gehäuses erfolgt der schichtweise Aufbau computergesteuert aus einem oder mehreren pulverförmigen oder flüssigen Werkstoffen. Typische Materialien sind Kunststoffe, Kunstharze, Keramiken und Metalle, die je nach technischem Verfahren chemisch oder physikalisch verschmolzen und ausgehärtet werden. Auf der Grundlage vorgegebener Maße und Formen (CAD-Daten) produziert die Maschine vollautomatisch das gewünschte Objekt am Stück oder – je nach Größe – in Teilen, die anschließend zusammengefügt werden. Komplexe Formen wie Hüftgelenke und Schuhwerk werden bereits hergestellt; eines der bislang spektakulärsten 3D-Printprodukte ist ein funktionsfähiges Fahrrad.

3D-Drucker wurden zunächst im Flugzeug- und Maschinenbau und später in der Medizin zur Konstruktion technischer Modelle und zur Herstellung von Prototypen eingesetzt. Im Unterschied zu konkurrierenden plastischen Verfahren wie z.B. Spritzguss werden keine Formen oder Model benötigt und im Gegensatz zu wegnehmenden Verfahren wie Schneiden und Bohren entfällt der Materialverlust. Auch der Energieverbrauch ist geringer, da das Material nur einmal in der exakt benötigten Größe und Masse aufgebaut wird. Jüngst wurde ein sog. Replikator präsentiert, bei dem ein Scanner aus Lasern und Kamera ein Objekt aufnimmt und vermisst und innerhalb weniger Minuten ein 3D-Modell errechnet, das von einem entsprechenden Drucker in Originalgröße vervielfältigt wird.

Individuell und nach Bedarf produzieren

3D-Drucker zählen zur Klasse der digitalen Fabrikatoren. Sie variieren stark nach Preis, Größe und Leistungsfähigkeit (Geschwindigkeit, Genauigkeit, Festigkeit, Materialvielfalt etc.). Inzwischen gibt es mikrowellengroße bzw. -kleine Geräte, in denen Gegenstände für den Eigengebrauch (z.B. Ersatzteile für Maschinen oder Brillen und Accessoires), aber auch in größerer Auflage für kommerzielle Zwecke produziert werden. Kunststoffe unterschiedlicher Härtegrade und Farben können bereits simultan, d.h. in einem Arbeitsschritt gedruckt werden. Ein Verfahren des „Rapid Prototyping“ oder „Rapid Manufacturing“ ist die Stereolithographie, mit der z.B. Architekturmodelle oder originalgroße Repliken beliebiger Artefakte gefertigt werden. Seit einiger Zeit hat der 3D-Druck auch Einzug in die Kunst gehalten: Im LehmbruckMuseum in Duisburg zeigt Karin Sander eingescannte und als Miniaturen ausgedruckte Skulpturen realer Museumsbesucher (bis 23.06.2013).



Karin Sander, *Visitors on display*, 1:8, 981 Personen und drei Hunde, 2008-2013, Gipsmaterial (farbig gefasst)
Foto: Ann-Kathrin Kronmüller
© VG Bild-Kunst, Bonn



Die Erwartungen an das 3D-Printen sind hoch: Für einige Vertreter von Industrie, Forschung und Medien stehen die Maschinen nicht nur kurz vor dem Durchbruch zum Massengeschäft, sondern auch am Beginn einer neuen industriellen Revolution.

Redaktion

Mai

Internationaler Museumstag. Vergangenheit erinnern – Zukunft gestalten: Museen machen mit, 12.05.2013; www.museumstag.de

Auf Augenhöhe: Notfallversorgung in Archiven, Bibliotheken und Museen (Modul 4), 14.05.2013, LVR-Kulturzentrum Abtei Brauweiler, Pulheim; www.afz.lvr.de

Sensor+Test. Fachmesse für Sensorik, Mess- und Prüftechnik, 14.-16.05.2013, Nürnberg; www.sensor-test.com

MAI-Tagung 2013. Museums and the internet, 23.-24.05.2013, Bonn; www.mai-tagung.de

Kultur und Informatik, XI. Konferenz, 23.-24.05.2013, Berlin; www.bak-information.ub.tu-berlin.de

LumiBat. Internat. Fachmesse für Innenbeleuchtung, 28.-30.05.2013, Lyon / Frankreich; www.lumibat.com

Juni

Biennale 55th International Art Exhibition, Giardini und Arsenal, Venedig; 01.06.-24.11.2013, Venedig / Italien; www.labiennale.org

Forschungsallianz Kulturerbe. Symposium „5 Jahre Forschungsallianz Kulturerbe – Zwischenbilanz“, 04.06.2013, Berlin, www.forschungsallianz-kulturerbe.de

Internat. Conference on IPM in museums, archives and historic houses (= Integrated Pest Management / Integrierte Schädlingsbekämpfung), 05.06.-07.06.2013, Wien / Österreich; www.ipm-conference-vienna2013.at/

Textile Art Berlin. Internat. Textilkunstmesse, 08.-09.06.2013, Berlin; www.textile-art-berlin.de

5. Tagung zum Sammlungsmanagement, AG Dokumentation Deutscher Museumsbund, 10.-11.06.2013, Hamburg; www.ag-sammlungsmanagement.de

Design Miami / Basel. Ausstellung für internationales Design, 10.-16.06.2013, Basel / Schweiz; www.designmiami.com

Digital Signage Expo Berlin. Internat. Fachmesse für Digital Signage, 12.-16.06.2013, Berlin; www.digitalsignageexpo.eu

Betrieb versus Projekt? Finanzierung der Archive in der Zukunft, 47. Rheinischer Archivtag, 13.-14.06.2013, Aachen; www.afz.lvr.de

Art Basel. Messe für moderne und zeitgenössische Kunst, 13.-16.06.2013, Basel / Schweiz; www.artbasel.com

SacroExpo. Fachmesse für Kirchenbau und Kircheneinrichtung, 17.-19.06.2013, Kielce / Polen; www.sacroexpo.pl

SHOWTECH. Internat. Fachmesse und Kongress für Bühnen- und Veranstaltungstechnik, 18.-20.06.2013, Berlin; www.showtech.de

MailingTage Nürnberg. Fachmesse für Direkt- und Dialogmarketing, 19.-20.06.2013, Nürnberg; www.mailingtage.de

Intersolar Europe. Weltleitmesse der Solarwirtschaft, 19.-21.06.2013, München; www.intersolar.de

Travel and Museum: Rethinking the Modern Experience, 17th Berlin Roundtable on Transnationality, 26.-29. Juni 2013, Berlin; www.irmgard-coninxstiftung.de/travelandmuseums.html

Juli

Open Culture. Konferenz für Sammlungsmanagement, 02.-03.07.2013, London / Großbritannien; www.collectionslink.org.uk/openculture2013

SicherheitsExpo München. Fachmesse für Sicherheitstechnik, 03.-04.07.2013, München; www.sicherheitsexpo.de

RDA Workshop Köln. Internat. Bustouristikmesse, 23.-25.07.2013, Köln; www.rda-workshop.de

August

ICOM. Museums (memory + creativity) = social change. 23. Generalkonferenz, 10.-17.08.2013, Rio de Janeiro / Brasilien; www.icom.museum

Gamescom Köln. Europäische Leitmesse der Games-Industrie, 21.-25.08.2013, Köln; www.gamescom.de

Hinweis: Alle Angaben ohne Gewähr. Änderungen und Irrtümer vorbehalten! Änderungen von Terminen oder des Veranstaltungsorts sind dem jeweiligen Veranstalter vorbehalten.

Impressum

Herausgeber SchmittART

Beratung, Konzeption, Public Relations

Erscheinungsweise vierteljährlich

Auflage 1.900 Exemplare

Vertrieb kostenlos

Redaktion (V.i.S.d.P.) Dr. Berthold Schmitt, Leipzig

Layout Susanne Schön, Saarbrücken

Druck Krüger Druck + Verlag, Merzig / Saar

Redaktionsanschrift

SchmittART, Großmannstraße 19, 04177 Leipzig

Telefon 0049 | 341 | 5296524

E-Mail mail@schmitt-art.de

www.schmitt-art.de

ISSN 2194-3648

Fotonachweis Titel © 123RF, S. 33 Photocase | micjan,
S. 40 Photocase | misterQM

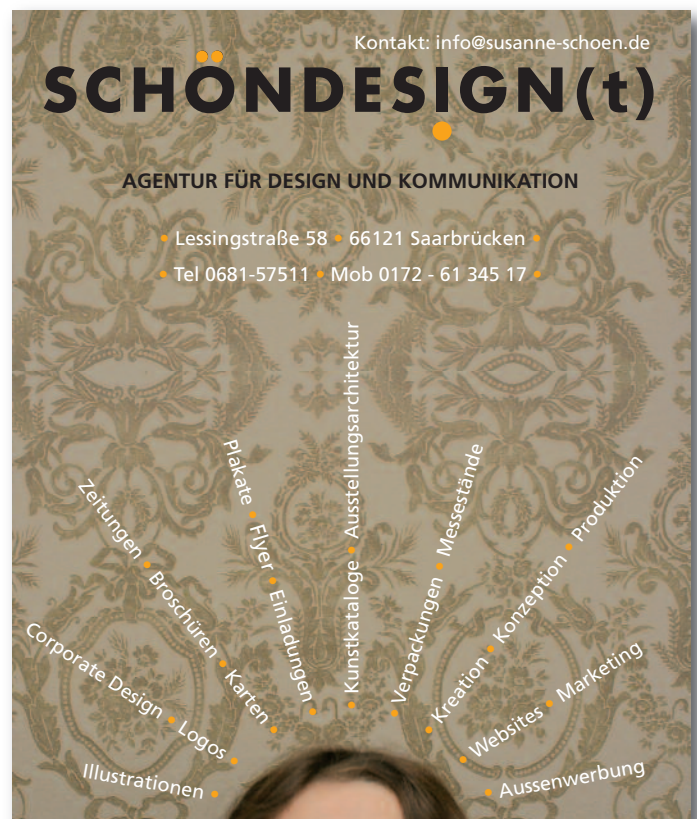
Illustrationen Susanne Schön

Umweltnachweis

RecySatin ist ein zertifiziertes Papier, hergestellt aus nachhaltiger Forstwirtschaft

AGB siehe www.schmitt-art.de

KulturBetrieb übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit und Zulässigkeit der in Anzeigen oder redaktionellen Beiträgen enthaltenen Aussagen.



Vorschau Heft *drei* 2013 (Auswahl)

Im Fokus **Arbeitsschutz**

Bewahren **Transport**

NICHT AUF DIE GRÖSSE
KOMMT ES AN!



**DER KULTURDIENSTLEISTER.
Bundesweit.**

Aufsichtspersonal. Sicherheitsdienste. Gebäudereinigung.
Facility Management. Zeitarbeit.

Hotline: +49 (0)180 5009077
www-strube.de



WWS
STRUBE GMBH